

1. O TURISMO E A SÚA IMPORTANCIA

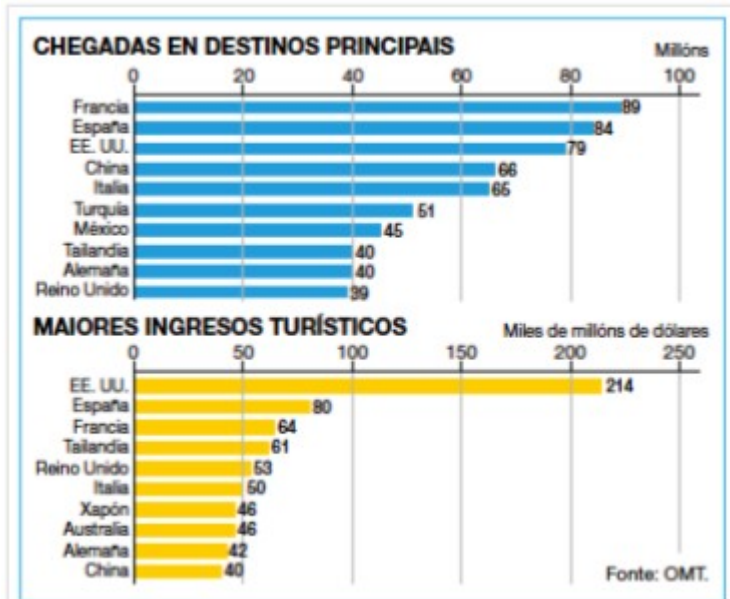
O turismo é o conxunto de actividades desenvolvidas polas persoas nas viaxes e estancias realizadas fóra do seu contorno habitual por motivos de ocio, negocio ou outras razóns, durante un período de tempo inferior a un ano.

- Cando os visitantes realizan unha estancia inferior a 24 horas, considéranse excursionistas;
- se pasan a noite e a estancia supera as 24 horas, considéranse turistas propiamente ditos.

Na actualidade, España é unha gran potencia turística, que ocupa cada ano entre o segundo e o terceiro lugar mundial en turistas e ingresos recibidos.

2. EVOLUCIÓN DO TURISMO E DOS SEUS FACTORES

- Entre os seus inicios a mediados do século XIX e a década de 1960, o turismo en España foi escaso.
 - Ata o primeiro terzo do XX foi unha actividade minoritaria, aristocrática e burguesa, centrada nos balnearios e nos baños de mar.
 - Despois, as destrucións da Guerra Civil e o isolacionismo internacional do réxime de Franco tampouco o favoreceron.
- En cambio, desde a década de 1960 o turismo alcanzou un enorme crecemento, converténdose nun fenómeno de masas.



Os factores deste auxo foron diversos e foron cambiando co tempo, dando lugar a modificacións do modelo turístico.

2.1. O modelo turístico tradicional e os seus factores

Entre a década de 1960 e a crise de 1975, o turismo español experimentou un forte crecemento.

Os factores deste desenvolvemento foron externos e internos.

a) Os factores externos:

- O desenvolvemento económico de Europa occidental e setentrional tras a Segunda Guerra Mundial incrementou a clase media e permitiulles aos traballadores gozar de tempo libre e de diñeiro para o ocio. Resultaron esenciais a xeneralización das vacacións pagadas e a incorporación da muller ao mercado laboral.
- O progreso do transporte facilitou o traslado: abaratouse o avión, mellorou a rede ferroviaria e de estradas e xeneralizouse o uso do automóbil.
- Ademais, creáronse operadores turísticos internacionais que canalizaron a demanda.

b) Os factores internos do auxo turístico na década de 1960 foron:

- A proximidade xeográfica de España á clientela europea.
- Os excelentes recursos naturais, especialmente os relacionados co turismo de «sol e praia»: veráns calorosos e secos e excelentes praias.
- Os recursos culturais, que actuaron como complemento dos anteriores: sitios arqueolóxicos, cidades históricas, monumentos, tradicións, folclore, gastronomía.
- O baixo custo debido á depreciación da peseta en 1959.

- A existencia de infraestruturas e servizos adecuados: complexos hoteleiros, servizos de restauración e axencias de viaxes.
- A política estatal normalizou as relacións internacionais, realizou infraestruturas e levou a cabo unha intensa propaganda de España como destino turístico, dado que se viu no turismo o medio de financiar a industrialización e de equilibrar o déficit comercial.

O modelo turístico implantado na década de 1960 foi o turismo de masas de «sol e praia».

Caracterízase por

- unha oferta turística abundante e barata,
- dirixida a unha demanda masiva e homoxénea, de poder adquisitivo medio ou medio baixo,
- moi concentrada no verán: zonas de sol e praia do Mediterráneo e de Canarias.

Tamén son trazos característicos deste modelo

- a despreocupación polo impacto ambiental desta actividade e
- a dependencia de operadores turísticos internacionais na comercialización do turismo.

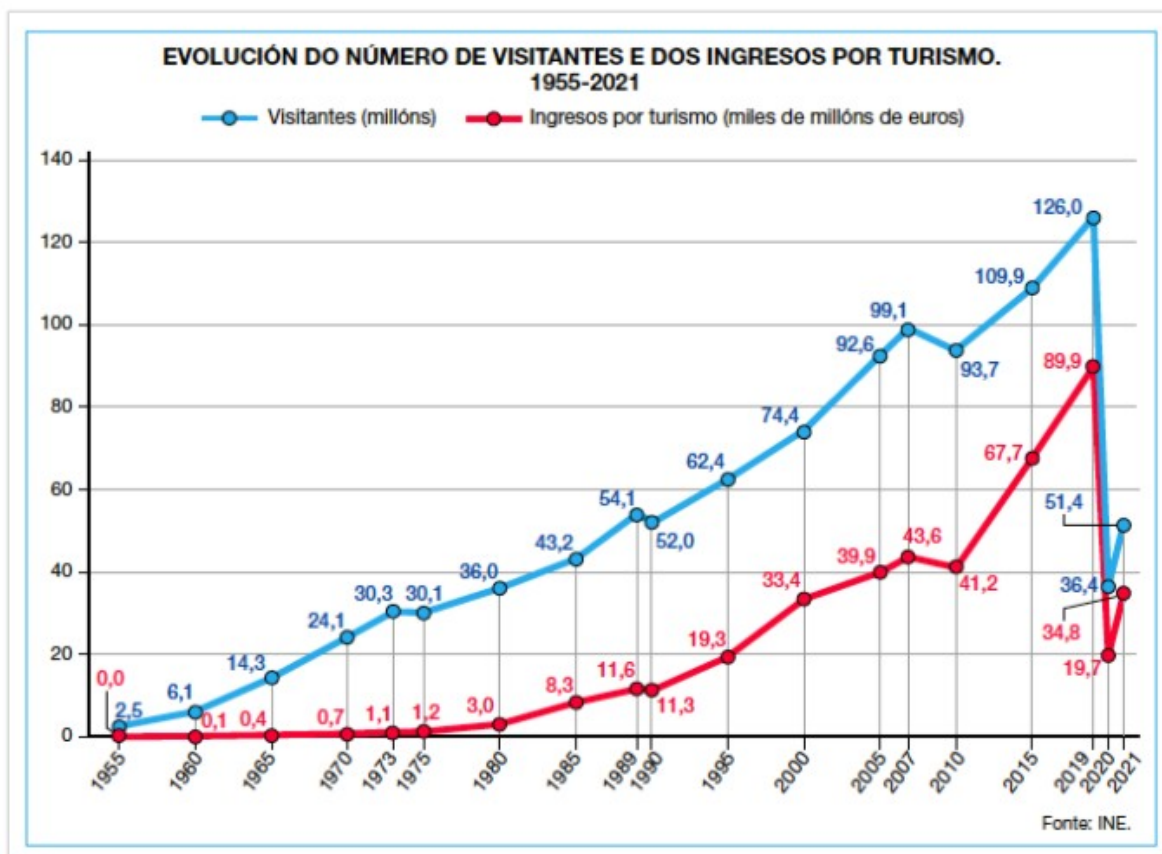
2.2 A crise do modelo turístico tradicional

Entre 1973 e 1985, o turismo español atravesou unha crise.

Aínda que creceron o número de turistas e os ingresos turísticos, o ritmo foi menor que o mundial.

Os factores desta situación foron:

- Factores conxunturais: a crise económica mundial motivada pola suba do prezo do petróleo.
- Factores de fondo:
 - Os problemas da oferta turística española.
 - Os prezos encarecéronse pola suba da inflación e dos salarios, sen un aumento paralelo da calidade.
 - Ademais, faltaba adaptación a unha demanda, cada vez máis diversa (mozos, xubilados) e graduada ao longo do ano, que esixía unha maior variedade de modalidades turísticas.
 - A demanda crecente de calidade ambiental, ante a deterioración dalgúns destinos.
 - A aparición de destinos competidores en áreas próximas (norte de África, Balcáns) e afastadas (Caribe, SE asiático e Oceanía).



2.3. A reconversión cara a un novo modelo turístico e os seus factores

A partir de 1985, recuperouse o ritmo ascendente de turistas e ingresos turísticos, agás durante os períodos de crise económica:

- primeiros anos da década de 1990; crise financeira de 2008-2013
- pandemia da COVID-19 en 2020, causante de restricións de mobilidade e deterioración económica.

Os factores deste novo auxo foron:

- O ingreso de España na Europa comunitaria.
A inestabilidade política noutras zonas competidoras: Balcáns e países musulmáns do norte de África.
O crecemento de visitantes de mercados afastados e de maior gasto turístico (americano, ruso e asiático), grazas á mellora da conectividade aérea.
- Factores demográficos como o incremento da esperanza de vida; factores fisiolóxicos e psicolóxicos, como a necesidade da poboación urbana de actividades novas fronte á rutina laboral e o ambiente axitado e contaminado das cidades.
- O inicio da reconversión cara a un novo modelo turístico baseado na calidade e na sostibilidade.

O novo modelo turístico oríentase a

- unha oferta de calidade baseada na mellora dos servizos e das infraestruturas,
- dirixida a unha demanda
 - menos numerosa e máis diversa, con maior poder adquisitivo que compense a súa redución numérica,
 - mellor repartida no tempo e no espazo grazas á oferta de modalidades alternativas ao sol e praia.

O novo modelo pretende tamén

- conseguir a sostibilidade ambiental ou equilibrio entre o desenvolvemento turístico e a conservación ambiental;
- reducir a dependencia dos operadores turísticos internacionais creando axencias españolas;
- promover o turismo polas administracións públicas co fin de crear unha imaxe de España como destino turístico diferenciado e de calidade e facer fronte á competencia doutros países.

Esta reconversión turística aínda non rematou e na actualidade segue predominando o modelo masivo de sol e praia.

Este feito determina en boa parte as características, a localización e as repercusións do turismo e orienta a política turística a favorecer a consolidación do novo modelo.

3. CARACTERÍSTICAS DO TURISMO ESPAÑOL

3.1. A oferta turística

A oferta turística é o conxunto de servizos á disposición do turista:

a) Os vendedores do produto son as institucións que promoven o turismo:

- en feiras internacionais e en oficinas instaladas en diversos países;
- as axencias de viaxes, que contratan os servizos para os turistas.

b) As instalacións turísticas cobren as necesidades de aloxamento, manutención e recreo do turista.

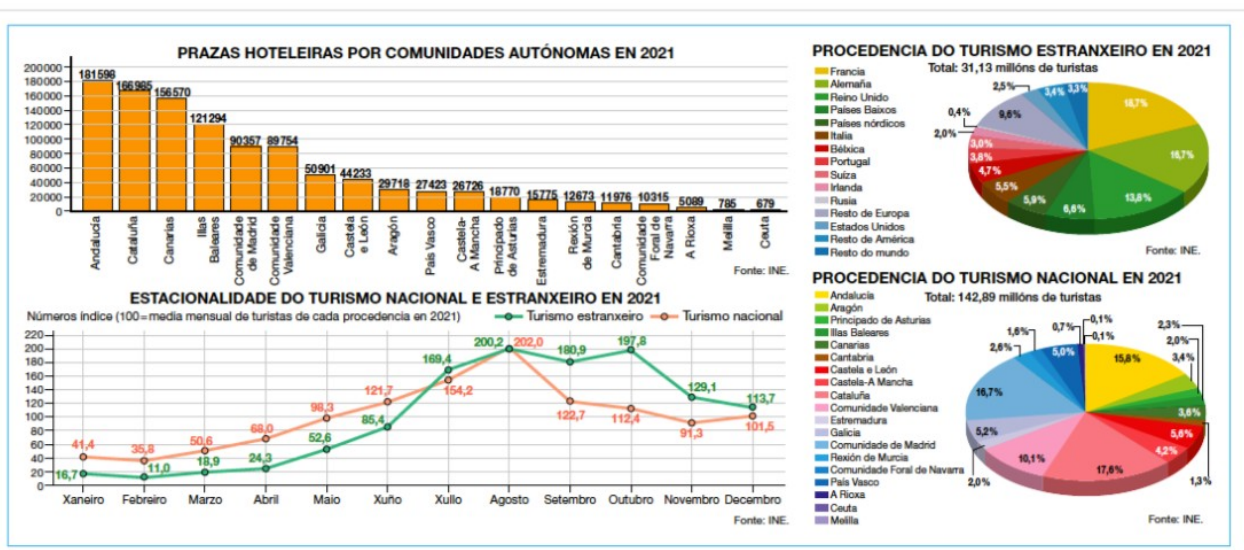
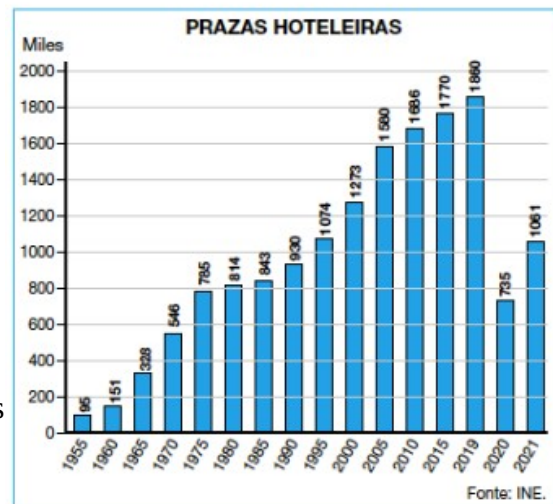
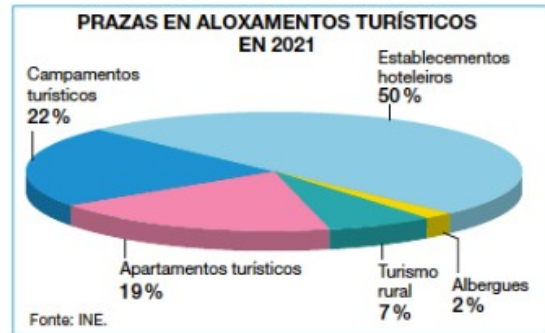
- A oferta de aloxamento é moi ampla e concéntrase no litoral mediterráneo peninsular, as illas Baleares e Canarias, aínda que crece no interior peninsular.

Case a metade son prazas hoteleiras, na súa maioría de categoría media, e o resto repártese entre cámpings, apartamentos turísticos, aloxamentos de turismo rural e albergues.

- A oferta de manutención inclúe os servizos de restauración, como restaurantes, cafeterías e bares.

Os máis visitados son os de dous garfos, dado o nivel medio do turista.

- A oferta de recreo comprende instalacións deportivas, parques recreativos e de auga, clubs hípicas e de golf, instalacións náuticas, estacións de esquí, parques nacionais e naturais, etc



3.2. La demanda turística

A demanda turística é o colectivo que solicita os servizos turísticos.

- Inicialmente estivo dominada polo turismo estranxeiro.
- Non obstante, na actualidade, a demanda interna desempeña un destacado papel.

a) A demanda estranxeira responde sobre todo a motivos de ocio e vacacións.

- Procede na súa maioría de Europa (Reino Unido, Alemaña, Francia, Italia e países nórdicos).
- Concéntrase nas zonas de sol e de praia de Cataluña, Canarias e Illas Baleares, seguidas de Andalucía e da Comunidade Valenciana. Presenta unha forte estacionalidade no verán.
- Recorre con máis frecuencia á reserva de servizos e ao paquete turístico, aínda que crece a contratación directa debido ao uso de Internet e aos voos de baixo custo.
- E prefire o aloxamento hoteleiro, aínda que se está incrementando o extrahoteleiro.

b) A demanda nacional engade ás motivacións de ocio e vacacións as visitas a familiares e amigos.

- Procede na súa maioría da Comunidade de Madrid, Cataluña, Andalucía e a Comunidade Valenciana.
- Concéntrase menos no espazo porque, aínda que prefire as zonas de sol e praia de Cataluña, a Comunidade Valenciana e Andalucía, acode tamén ás costas do norte peninsular, ás vilas do interior e ás zonas de montaña.
- Ademais, presenta menor estacionalidade estival, pola tendencia crecente a graduar as vacacións; o desenvolvemento do turismo de inverno, Semana Santa, pontes e fins de semana; e o aumento do turismo social e da terceira idade.
- En xeral, viaxa sen reserva ou contrata directamente os servizos turísticos.
- Prefire o aloxamento extrahoteleiro, como vivendas de familiares e amigos, segundas residencias ou apartamentos.

4. OS TIPOS DE TURISMO

Os tipos de turismo seguen estando encabezados en España polo de sol e praia, aínda que desde a década de 1990 cobran importancia crecente outras modalidades, que aproveitan a diversidade de recursos turísticos.

As causas deste feito son

- a demanda de diversidade e de espazos menos saturados,
- o incremento do turismo nacional ao longo do ano (fins de semana e pontes)
- a promoción do turismo como estratexia para o desenvolvemento de áreas desfavorecidas, como as rurais e de montaña.

a) O turismo de bordo de auga ten como modalidade maioritaria o turismo costeiro de sol e praia, aínda que existen outras ligadas a ríos, lagos, e encoros.

- Nestas zonas poden practicarse deportes náuticos, como a natación, o remo, a vela, o surf ou a motonáutica; a pesca; descensos fluviais en canoa, etc.
- Está cobrando moito auge o turismo termal ou de balneario, en zonas con augas mineromedicinais, que combinan a cura medicinal co descanso en lugares apracibles.
 - Esta modalidade tivo grande éxito no século XIX e principios do XX entre as clases adineradas europeas,
 - decaeu logo e volveu rexurdir na actualidade entre viaxeiros de todas as idades.

b) O turismo de montaña é principalmente un turismo de neve ligado ao deporte do esquí. Pero a montaña, polos seus valores paisaxísticos e as súas características, préstase tamén á práctica de moitas actividades: excursionismo, sendeirismo, alpinismo, barranquismo e deportes de aventura.

c) O turismo ecolóxico ou ecoturismo céntrase na visita a espazos naturais protexidos, como parques nacionais ou naturais. Neles combínase a protección ambiental co uso recreativo suxeito ás regulamentacións establecidas.

d) O turismo rural inclúe o aloxamento e a estancia en áreas rurais. Permite

- gozar do descanso, a tranquilidade e a calidade ambiental e
- practicar numerosas actividades: contacto cos labores agrarios tradicionais, visita a agromuseos, compra de produtos alimenticios e artesanais tradicionais, etc.

e) O turismo urbano

- é principalmente un turismo cultural dirixido ás cidades con patrimonio histórico, artístico e cultural, ou declaradas Patrimonio da Humanidade (Ávila, Salamanca, Segovia, Toledo, Córdoba, Compostela).
 - Nelas poden realizarse percorridos urbanos polos centros históricos e visitas a monumentos, museos e exposicións culturais.
- Ademais, está a cobrar auge o turismo urbano de negocios arredor de feiras, exposicións e congresos, e a outras actividades complementarias como as festas, o folclore e a gastronomía.

f) Outras modalidades turísticas emerxentes son

- o xeoturismo en áreas de interese xeolóxico ou paleontolóxico;
- o astroturismo;
- as visitas a lugares destacados polo seu patrimonio mineiro e industrial;
- o turismo de cruceiros, de compras, idiomático, de saúde, para millennials e para séniors...



5. OS ESPAZOS TURÍSTICOS

Os espazos turísticos son zonas de elevada densidade turística.

- De acordo coa súa dimensión, poden ser áreas turísticas, de grande amplitude, que atraen numerosos turistas estranxeiros ou nacionais, ou puntos turísticos, que son focos illados, ligados a atractivos concretos, como as estacións de esquí, os centros de turismo rural e as cidades históricas.
- De acordo co seu uso, todos estes espazos turísticos poden ser de tempada, se a súa estacionalidade é superior á media (Cataluña, illas Baleares), ou especialmente turísticos, por contar con estancias prolongadas (Canarias, Málaga, Alacant) ou con visitas puntuais, pero sen notoria estacionalidade, relacionadas co seu patrimonio histórico (Granada, Córdoba, Sevilla, Toledo).

5.1. Espazos turísticos de alta densidade

As áreas de España con maior densidade turística son as especializadas en sol e praia, e Madrid.

a) As áreas turísticas de sol e praia son as illas Baleares e Canarias, e a costa mediterránea peninsular.

- Todas elas reciben unha importante afluencia turística baseada nas súas favorables características climáticas e nas súas excelentes praias.
- Non obstante, presentan diferenzas entre si
 - en canto ao modelo de ocupación do espazo polas instalacións turísticas (integradas nos núcleos de poboación preexistentes ou creadas de nova planta)
 - en canto aos tipos de aloxamento (de baixa ou alta densidade, de categoría media ou alta, etc.).

b) Madrid, a capital administrativa e financeira do Estado,

- apenas posúe estacionalidade turística
- alberga unha importante oferta hoteleira destinada
 - ao turismo cultural
 - a un crecente turismo de negocios arredor de feiras, exposicións, congresos e convencións.



O patrimonio artístico e cultural de Madrid atrae un elevado número de visitantes. Turistas na Praza Maior.

5.2 Espazos turísticos de media e baixa densidade e puntos turísticos

As áreas turísticas con densidades medias e baixas e os puntos turísticos están relacionadas

- coa difusión do turismo de sol e praia cara a espazos litorais ou prelitorais próximos
- co crecemento doutras modalidades turísticas diferentes ao sol e praia.
- Certos tramos do litoral e prelitoral mediterráneo e suratlántico incorporáronse ao turismo de sol e praia como resultado da reestruturación dos espazos costeiros tradicionais e da demanda de espazos menos saturados.
- O litoral galego e cantábrico ofrece áreas costeiras e interiores non masificadas e destacadas paisaxes rurais e naturais.
- Os puntos turísticos máis visitados son as estacións de esquí, os centros de turismo rural e as cidades históricas e artísticas.
 - Nestas últimas predominan as estancias curtas de fins de semana e pontes e as visitas dentro de viaxes de ocio.



As estacións de esquí, como a de Formigal, son puntos turísticos de tempada.

6. AS REPERCUSIÓNS DO TURISMO

O turismo ocasiona importantes repercusións nas áreas receptoras.

A súa intensidade é maior nas zonas turísticas tradicionais do litoral, pero afectan tamén ao resto das áreas.

6.1. Repercusións demográficas

Nas áreas litorais, o turismo incrementa os efectivos demográficos.

- Nuns casos con adultos mozos que buscan traballo e,
- noutros, con adultos ou xubilados, establecidos de forma permanente por motivos empresariais, terapéuticos ou de ocio.

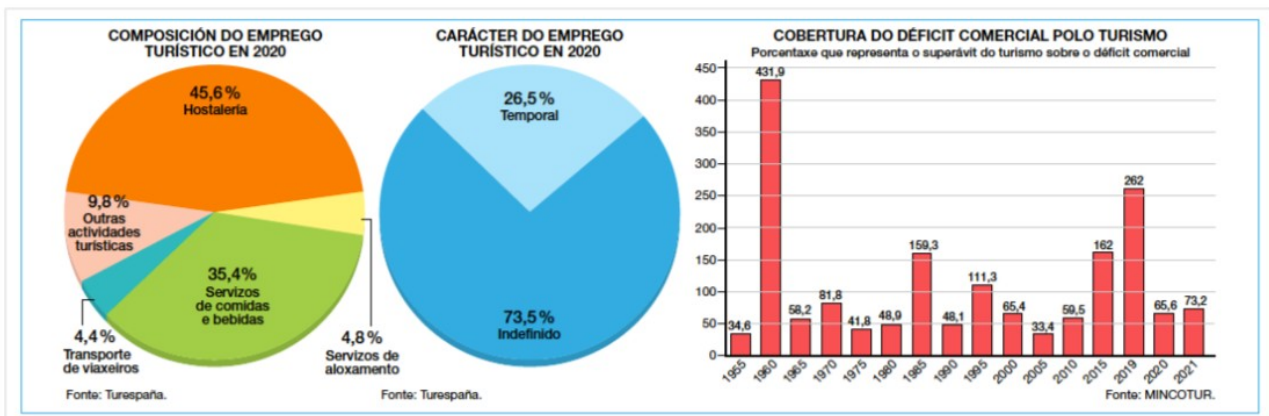
En certas áreas rurais e de montaña e nalgúñas cidades históricas en declive, o turismo freou o despoboamento.

6.2. Repercusións no poboamento

No litoral, o turismo estende o poboamento urbano e favorece a formación de conurbacións.

Ademais, adoita provocar alta densidade de construción e especulación do solo.

Nalgúns espazos rurais, de montaña e urbanos, o turismo contribuíu á rehabilitación do patrimonio edificado.



6.3. Repercusións económicas

- O turismo crea emprego.
 - En España xera arredor do 12 % da ocupación, tanto en servizos turísticos como mixtos para turistas e non turistas, dado que moitos non poden mecanizarse e requiren man de obra abundante e pouco cualificada, que é a máis afectada polo paro.
 - Non obstante, gran parte deste emprego é estacional.

- Proporciona riqueza.

O turismo achega arredor do 12 % do PIB e frea o endebedamento externo.

Porén, ás veces ocasiona unha suba excesiva dos prezos que repercute negativamente na poboación residente.

- Inflúe nas actividades económicas das áreas turísticas.
 - Nuns casos, exerce un efecto multiplicador, pois
 - a demanda turística impulsa outras actividades (agricultura, industria, construción, transporte e comercio),
 - revitaliza a artesanía e outras actividades tradicionais locais.
 - Noutros casos, o turismo ocasiona unha excesiva especialización nas actividades máis demandadas polos turistas,
 - favorecendo o abandono das tradicionais, como as agrarias,
 - entra en conflito con outras actividades polo uso de certos recursos naturais como o solo ou a auga.



En conxunturas económicas expansivas, o turismo xera arredor do 12 % do PIB. A caída dos ingresos turísticos como resultado da pandemia da COVID-19 reduciu drasticamente esta achega.

- Mellora a dotación de servizos, equipamentos e infraestruturas como os transportes.
 - foi determinante na creación da autoestrada do Mediterráneo, que une as áreas receptoras coas emisoras europeas.
 - contribuíu a ampliar e modernizar algúns aeroportos e a potenciar os voos irregulares ou chárter, que abaratan os custos e adaptan a súa frecuencia e itinerarios á demanda.
 - aumentou a capacidade portuaria para embarcacións recreativas e deportivas, polo seu atractivo para o turismo de máis nivel.

Non obstante, unha masiva afluencia de turistas pode

- saturar o uso destes servizos e infraestruturas en certas épocas do ano,
- mentres que noutras épocas se encontran infrautilizadas.

6.4. Repercusións políticas, culturais e sociolóxicas

O turismo fomenta o achegamento político entre os pobos e o contacto entre diferentes sociedades e culturas. Este feito repercute

- positivamente cando potencia a visibilidade internacional de España e favorece o entendemento político e a modernización social,
- negativamente se supón a perda de costumes e os sinais de identidade propios ou se a excesiva.

6.5. Repercusións na ordenación do territorio

O turismo ordena o espazo próximo en función das súas necesidades.

- No litoral converte o contorno en superficies recreativas (complexos deportivos, parques de atraccións) ou de abastecemento (auga, alimentos, materiais de construción).
 - Este feito altera o contorno coa construción das infraestruturas esixidas: pantanos, canteiras, movementos de terra para o transporte, etc.
- Nas áreas rurais e de montaña e nas zonas antigas das cidades históricas pode favorecer
 - o abandono dalgunhas actividades tradicionais
 - a especialización noutras ao servizo do turista: vivenda, artesanía local, recordos, aloxamentos, restaurantes.
- os beneficios e as cargas que reporta o turismo non se reparten de forma equitativa no territorio.
 - Concéntranse nos espazos de maior afluencia turística: as áreas de sol e praia e os puntos turísticos.

6.6. Repercusións ambientais

Nas áreas litorais,

- as repercusións ambientais do turismo proveñen do seu rápido e elevado desenvolvemento, nun espazo reducido, e nun momento no que apenas existía preocupación ambiental.
- As consecuencias foron
 - o levantamento de grandes bloques de hoteis e apartamentos xunto ás praias;
 - a urbanización incontrolada en espazos naturais de gran valor, coa destrución de bosques e de ecosistemas;
 - a contaminación atmosférica, das augas e das praias; o exceso de ruído;
 - a acumulación dun gran volume de residuos.
- Nas áreas rurais e de montaña e nas zonas antigas das cidades históricas, as repercusións ambientais do turismo foron menores.
 - En ocasións tamén produciu efectos indeseados, como
 - a alteración de paisaxes agrarias tradicionais,
 - a deforestación e aumento da erosión nas zonas de montaña onde se constrúen estacións de esquí,
 - a presión sobre os recursos naturais
 - a deterioración do patrimonio histórico e cultural.

7. OS PROBLEMAS DO TURISMO E A POLÍTICA TURÍSTICA

Malia a súa posición de liderado mundial, o turismo español enfróntase a algúns problemas e retos relacionados cos cambios nas tendencias turísticas mundiais.

Para afrontalos, requírese unha transición cara a un novo modelo de turismo sostible, en liña cos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible da Axenda 2030 das Nacións Unidas.

Os tres piares deste novo modelo son:

- A mellora da competitividade e da rendibilidade.
- A preservación dos valores naturais e culturais dos destinos.
- O beneficio social derivado da contribución do turismo a paliar a despoboación rural e a desigualdade, velando por unha repartición máis equitativa dos seus beneficios.

b) As medidas para alcanzar este novo modelo turístico son:

- Calidade.

- Os turistas esixen cada vez maior calidade nas infraestruturas e servizos.
- Satisfacer esta esixencia require unha rehabilitación integral dos destinos maduros, que inclúe
 - a renovación da planta hoteleira obsoleta,
 - a mellora das infraestruturas e
 - a calidade dos servizos mellorando a formación e prestando servizos altamente especializados.

- Diferenciación e diversificación.

Os turistas son cada vez máis diversos

- en orixe, polo desenvolvemento da clase media nos países emerxentes de Asia e de América Latina, que incrementou o seu desexo de viaxar;
- en idade, polo envellecemento dos países avanzados, que aumentou os turistas sénior, de máis de 60 anos;
- en gustos.

Estes cambios esixen unha diversificación e personalización da oferta, promovendo distintas actividades complementarias, baseadas nos recursos naturais e culturais.

- Desconcentración espacial e temporal.

xera masificación, perda de calidade, insatisfacción de turistas e residentes e deterioración ambiental.

Cómpre promover modalidades menos estacionais e mellor distribuídas, como

- o turismo rural, cultural, de congresos, de compras ou de golf; e
- outras clientelas, como a sénior ou os millennials, que buscan novas experiencias.

- Sostibilidade ambiental.

- Os turistas son cada vez máis sensibles á calidade ambiental.
- A oferta turística debe atender esta esixencia
 - recuperando os sistemas naturais degradados,
 - usando os recursos de forma eficiente
 - afrontando problemas como os residuos, o ruído ou as posibles consecuencias do cambio climático en certas modalidades como o turismo de sol e praia e o de neve.

- Mellora da comercialización utilizando as TIC.

A dependencia dos operadores turísticos estranxeiros debe afrontarse

- mediante a internacionalización das empresas turísticas nacionais
- aproveitamento das posibilidades brindadas polas novas tecnoloxías.

Cada vez son máis os turistas conectados que recorren a elas

- para elixir o destino, utilizando as recomendacións das redes sociais,
- para personalizar a súa viaxe (reservas, aloxamento, transporte, actividades).

Os comercializadores turísticos españois deben aproveitalo,

- creando plataformas dixitais que lle ofrezan á clientela os servizos necesarios para informarse e organizar a súa viaxe, e utilizar a análise de datos para coñecer os seus gustos e anticiparse a eles.

- Mellora da promoción turística.

A competencia turística doutros países vese favorecida pola mellora do transporte e o desexo de buscar novas experiencias.

Facerlle fronte require resaltar a diferenciación do destino español,

- valorizando os recursos que o fan distinto dos demais;
- promover o turismo en feiras internacionais (FITUR, Berlín), oficinas turísticas en países estranxeiros e redes sociais;
- adoptar plans para atraer mercados emerxentes;
- fidelizar a clientela, xerando incentivos á repetición;
- promover o asociacionismo das empresas turísticas.

c) Con estas actuacións preténdese manter a posición de liderado de España no ranking internacional de competitividade turística establecido polo Foro Económico Mundial cada dous anos e aumentar a influencia internacional de España.