

## EL TURISMO EN ESPAÑA

El turismo se ha convertido, desde hace sólo unas décadas, en un fenómeno de masas que provoca anualmente el desplazamiento de cientos de millones de personas en el mundo, y es una fuente de ingresos y empleo fundamental para muchos países. También da origen a paisajes con características específicas y, en algunos casos, genera graves impactos ambientales en territorios con fuerte presión turística.

Las cifras del turismo internacional señalan que, en el año 2006, se registraron 842 millones de viajes turísticos entre países, de los que más de la mitad (458 millones) tuvieron como destino países europeos. España es el segundo destino turístico del mundo, sólo por detrás de Francia, pero superando a países como Estados Unidos, China, Italia, el Reino Unido y México, que le siguen en orden de importancia.

La evolución del turismo internacional en España ha sido espectacular. Si en 1950 sólo llegaron a nuestro país 784.000 turistas, lo que le situaba en octava posición mundial, en 2006 fueron 58,5 millones los turistas recibidos, de ellos casi tres cuartas partes por vía aérea. Se observa una fuerte concentración en los países de origen y regiones de destino de esos turistas: el 85 % proceden de otros países europeos, principalmente el Reino Unido, Alemania y Francia; y su destino principal son las playas del Mediterráneo peninsular, Baleares y Canarias, que suponen dos tercios del total.

El turismo nacional, realizado por residentes en el propio país, también ha crecido de forma rápida con la elevación del nivel de vida, el aumento del tiempo libre, el adelanto de la edad de jubilación o la mejora del transporte, superando ya los 150 millones de viajes, de ellos un 80 % en coche. Las regiones de destino del turismo nacional no están tan concentradas como en el caso anterior, pues junto al turismo de sol y playa se han desarrollado otras modalidades: turismo de montaña, rural, cultural o de negocios. Los ciudadanos de Madrid y Cataluña realizaron más de un tercio de todos los viajes turísticos dentro de España, mientras Andalucía, Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana son las principales regiones receptoras.

El turismo es una actividad económica muy importante en España, pues genera de forma directa 2,5 millones de empleos, además de muchos otros puestos de trabajo indirectos en actividades complementarias (desde la construcción al transporte o las industrias fabricantes de todo tipo de productos consumidos por los turistas). Sólo el gasto efectuado por los turistas extranjeros alcanzó los 50.000 millones de euros en 2006. Pero la mayoría de zonas turísticas concentran su actividad en un corto periodo del año, por lo que la estacionalidad de la ocupación hotelera y la inestabilidad del empleo son dos problemas derivados.

La distribución espacial del turismo en España muestra grandes diferencias entre regiones. Una panorámica general la ofrece el índice turístico y su evolución, que mide el volumen de empresas turísticas y su cifra de negocios (a través de los impuestos que pagan) respecto al total español (España = 100.000). El tamaño de los círculos en el mapa demuestra la importancia de todas las provincias del litoral mediterráneo y de los dos archipiélagos, junto a Madrid, mientras las provincias del litoral atlántico y las pirenaicas están en posición intermedia, frente al bajo índice de la mayoría de provincias interiores. No obstante, la evolución de los últimos años muestra el dinamismo de algunas de éstas, gracias al aumento de visitantes en sus ciudades históricas y a los nuevos factores de desarrollo del turismo rural. A su vez, la distribución regional de los empleados de hostelería, o la de equipamientos pensados para el turista como son los

parques de ocio (que incluyen parques temáticos, parques de atracciones, acuáticos, zos y parques faunísticos principalmente) guardan una estrecha relación con este mapa.

Pero, más allá de este reparto general, la geografía de los diversos tipos de turismo presenta fuertes contrastes, pues los recursos del territorio utilizados son distintos en cada caso. Así, la distribución del volumen de turistas extranjeros está muy concentrada en las playas (Baleares, Canarias, litoral de Cataluña, Valencia y Andalucía) y en algunas ciudades (Barcelona, Madrid, Granada, Sevilla, Salamanca...). De los 55 millones de pasajeros llegados a aeropuertos españoles, un tercio lo hizo ya en compañías de bajo coste (como Ryanair, Easyjet, Air Berlín, Air Europa, Vueling...), en rápido crecimiento y especializadas en vuelos charter hacia zonas turísticas y aeropuertos específicos (Palma de Mallorca, Málaga, Tenerife Sur, Fuerteventura, Girona, Alicante, Reus, etc.)

En cambio, los alojamientos de turismo rural son muy numerosos en áreas de montaña y zonas próximas a las grandes ciudades, de donde procede la mayoría de sus clientes. Por su parte, la localización de los hoteles de 3 a 5 estrellas, considerados de lujo, es muy diferente porque se relaciona, sobre todo, con el turismo de negocios, o con la asistencia a ferias y congresos, además de con periodos de vacaciones.

Un último aspecto de interés para la Geografía son las imágenes asociadas a los espacios turísticos. La masiva publicidad del turismo intenta atraer clientes destacando algunos atractivos de cada territorio –distintos según los casos- y ocultando posibles problemas existentes. En unos casos se destaca la bondad del clima o la calidad de sus playas; en otros, la belleza de los paisajes; en algunos, su patrimonio cultural heredado; a veces, las infraestructuras construidas para el ocio y el deporte, como campos de golf o puertos deportivos; y en casi todos, la facilidad de acceso o la seguridad y unos precios razonables.

# ÍNDICE TURÍSTICO Y SU EVOLUCIÓN 2000-2005

