

Observatorio Medioambiental

ISSN: 1139-1987

<http://dx.doi.org/10.5209/OBMD.73171>EDICIONES
COMPLUTENSE

Impactos socioeconómicos y medio ambientales del turismo en España¹

Stefany Carvajal Salazar²

Recibido: 3 de octubre del 2020 / Enviado a evaluar: 15 de octubre del 2020 / Aceptado: 14 de diciembre del 2020

Resumen. En la década de los sesenta, el turismo se consolida en el territorio español convirtiéndose en una actividad determinante para la economía de España, tanto es así que los impactos positivos del turismo se reflejan en factores económicos tan determinantes como el Producto Interior Bruto y la balanza de pagos. De igual forma, el turismo logra influir positivamente en la creación de empleo y en la defensa del patrimonio cultural. A pesar de estos fenómenos remarcables, las repercusiones del turismo no han sido únicamente positivas, ya que parte de nuestras ciudades y costas han sufrido grandes problemas urbanísticos, de infraestructura, de contaminación y degradación, cuestiones que llevaremos a estudio en la presente investigación.

Palabras clave: Turismo; sostenibilidad; planificación; gestión; empleo; economía.

[en] Socioeconomic and environmental impacts of tourism in Spain

Abstract. In the sixties, tourism consolidated in the Spanish territory, becoming a determining activity for the economy of Spain, so much so that the positive impacts of tourism are reflected in economic factors as decisive as the Gross Domestic Product and the balance of payments. Similarly, tourism manages to positively influence the creation of employment and the defense of cultural heritage. Despite these remarkable phenomena, the repercussions of tourism have not been only positive, since part of our cities and coasts have suffered major urban problems, infrastructure, pollution and degradation, issues that we will study in this research.

Keywords: Tourism; sustainability; planning; management; job; economy.

[fr] Impacts socio-économiques et environnementaux du tourisme en Espagne

Résumé. Dans les années 60, le tourisme s'est consolidé sur le territoire espagnol, devenant une activité déterminante pour l'économie espagnole, à tel point que les impacts positifs du tourisme se reflètent dans des facteurs économiques aussi déterminants que le Produit Intérieur Brut et la balance des paiements. De même, le tourisme parvient à influencer positivement la création d'emplois et la défense du patrimoine culturel. Malgré ces phénomènes remarquables, les retombées du tourisme n'ont pas été que positives, car une partie de nos villes et de nos côtes ont souffert de problèmes urbains majeurs, d'infrastructures, de pollution et de dégradation, questions que nous étudierons dans cette recherche.

Mots-clés: Tourisme; durabilité; Planification; la gestion; emploi; économie.

¹ La presente investigación ha sido dirigido por la profesora Dr^a María Sotelo Pérez (Universidad Rey Juan Carlos, URJC).

² Universidad Rey Juan Carlos (URJC)

E-mail: s.carvajals@urjc.es

Cómo citar. Carvajal Salazar, S. (2020): Impactos socioeconómicos y medio ambientales del turismo en España. *Observatorio Medioambiental*, 23, 243-288.

Sumario. 1. Introducción. 2. Objetivos generales y específicos del estudio. 3. Metodología de estudio. 4. Evolución de las actividades turísticas en España en los últimos veinte años. 4.1. Planes de Turismo. 4.2. Evolución histórica del turismo español. 4.3. El turismo y su relevancia en la balanza de pagos. 5. Principales indicadores socioeconómicos en los que incide la actividad turística. 5.1. Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. 5.2. Indicadores de ámbito local. 6. Factores e impactos sociales y económicos del turismo, en los albores del siglo XXI. 6.1. Impactos económicos del turismo. 6.2. Impactos sociales del turismo. 7. Vinculación entre los impactos sociales y los económicos, en el ámbito espacial español: los desequilibrios territoriales. 7.1. Origen histórico de los desequilibrios territoriales. 7.2. La contribución del turismo a los desequilibrios territoriales. 8. Desarrollo sostenible, hacia una nueva visión del turismo. 8.1. Directrices para la Estrategia de turismo sostenible de España 2030. 8.2. Sostenibilidad y turismo rural. 9. Miras al futuro: previsiones de la repercusión de los impactos del turismo en la sociedad española. 9.1. El impacto del turismo de masas. 9.2. Tendencias del Turismo en el s. XXI. 10. Conclusiones. 11. Bibliografía. 12. Anexos.

1. Introducción

La mayoría de los estudios realizados acerca de los impactos del turismo en España se centraban en los impactos económicos, dejando de lado todos los demás elementos en las que el turismo influye. Si embargo, en los años 80 del pasado siglo empiezan a ver la luz algunos estudios con una visión más amplia en las que se reflejaba los impactos sociales medioambientales y culturales del turismo, es ahí cuando se comienza a enfocar en la prevención de los impactos negativos del turismo, Picornell (1993) cita a Unesco (1976), Murphy (1987), Mathieson-Wall (1988), Smith (1977), Pearce (1988) y Lozato (1990).

A partir de entonces se han estudiado las percepciones y actitudes de los residentes hacia el turismo generado en su entorno, considerándose el entendimiento entre residentes y turistas como clave para el éxito. Es importante analizar los diversos factores que influyen en la percepción de los impactos del turismo de parte de la comunidad local.

Al abordar el estudio de los impactos socioeconómicos del turismo en la sociedad española, nos encontramos la dificultad de su origen polifacético ya que se compone de un grupo de actividades de distinta naturaleza (económica, social, geográfica, cultural, ambiental e institucional). El turismo tiene un carácter transversal y heterogéneo que le proporciona singularidad como actividad al haber una marcada interrelación entre los factores económicos, sociales, culturales, políticos, naturales y medioambientales. Según la Organización Mundial del Turismo definimos como turismo a “todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”, definición que es aceptada internacionalmente en todos los ámbitos, no únicamente en el de la investigación.

El turismo representó el 13,4% del empleo total de la economía española en el año 2019 de acuerdo con los datos publicados por Turespaña, contando con 3,046

millones de empleos al terminar el año, un 3,8% más que el año anterior. Datos que reflejan la relevancia del sector para la economía del país, Aun así, el impacto que las actividades turísticas ha causado sobre el medio ambiente a lo largo de los años en los que se ha desarrollado la actividad es un impacto que debemos aliviar utilizando políticas de gestión turística más sostenibles que ayuden a mitigar este y todos los demás impactos negativos del turismo.

Es importante reformular el enfoque del modelo turístico actual para poder disminuir la presión que ejerce el turismo tradicional de sol y playa que continúa siendo el más relevante en nuestro territorio, llevando consigo todas las consecuencias o impactos negativos que no favorecen al turismo español.

2. Objetivos generales y específicos del estudio

El principal objetivo de esta investigación es el de identificar cuáles son los impactos socioeconómicos del Turismo en España. Asimismo, se pretende evaluar si el turismo planificado puede prevenir o paliar los impactos negativos y potenciar las cualidades positivas del mismo, convirtiéndose en una herramienta eficaz para la consecución del desarrollo sostenible.

Los siguientes objetivos específicos permitirán la consecución del objetivo principal del presente proyecto:

- 1.Objetivo específico 1: Conocer y valorar la evolución del turismo en España, poniendo en valor la evolución la planificación turística en España.
- 2.Objetivo específico 2: Transmitir la importancia de la aplicación de indicadores para medir el impacto turístico.
- 3.Objetivo específico 3: Analizar e investigar cuales son los impactos socioeconómicos del turismo que más afectan a la sociedad española.
- 4.Objetivo específico 4: Exponer como ha afectado la distribución desigual de los recursos turísticos a la economía española.
- 5.Objetivo específico 5: Dar a conocer como la aplicación desarrollo sostenible contribuye a la reducción de los impactos negativos del turismo.

3. Metodología de estudio

La presente investigación ha estado marcada por un amplio estudio el cual destaca por la complejidad de este, dada la transversalidad de la actividad turística, la cual se ha sustentado tanto en la búsqueda bibliográfica como en el análisis experimental del territorio español, donde la base cuantitativa ha cobrado una notable relevancia.

De este modo, por un lado, se ha realizado una revisión bibliográfica en la que se ha llevado a cabo proceso de recopilación de información a través de diversos artículos, estudios y tesis encontrados en bases de datos como la OMT, Leisure and Tourism-Cabi International, Dialnet y el buscador de recursos Brain. La información recopilada nos otorga una visión general acerca de los impactos del turismo.

Por otro lado, también se ha realizado un análisis de datos, lo cuales se han obtenido a través de las diferentes organizaciones administrativas encargadas de elaborar las estadísticas en turismo, tales como el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y Turespaña (quien se encargaba de algunas de las estadísticas más importantes cuya elaboración la realiza el INE desde el 2015). Gracias a la compilación de estos datos, se ha podido observar la evolución del impacto económico del turismo en nuestro territorio. Todos los datos recopilados se han recogido de manera cuantitativa y a partir de éstos se han elaborado tablas y gráficos elaboración propia, aunque también se muestran en la presente investigación elementos de elaboración ajena los cuales nos ayudan a ilustrar la realidad de la que se habla.

Al momento de reunir y seleccionar la información se ha tenido en consideración la difusión, relevancia y antigüedad de la bibliografía. Este estudio analiza la situación turística de los últimos 20 años dentro del territorio español. Además, se ha tenido en cuenta tanto datos objetivos como pueden ser los impactos medibles en cifras como percepciones del impacto turístico por la comunidad local. De esta manera, nos podemos hacer una idea inequívoca de cuales han sido los impactos del turismo más relevantes en el plano social y económico español.

4.Evolución de las actividades turísticas en España en los últimos veinte años

Tanto el Gobierno como las distintas Administraciones Públicas españolas se han ido comprometido cada vez más con el avance de la industria turística, este compromiso se remonta ya hace más de un siglo, desde entonces se han creado diferentes organismos de gestión pública cuyos objetivos, competencias y funciones se han ido desarrollado en paralelo al contexto económico y social.

El turismo pasó de ser una actividad minoritaria a convertirse en todo un fenómeno de masas en la España del siglo XX, el volumen de turistas creció de manera constante entre 1950 y 1964, y tras superarse la crisis económica de 1973 continuó creciendo hasta nuestros días a excepción de algunas épocas de crisis de nivel internacional (Pellejero, 2002) como la que experimentamos actualmente por causada por el SARS-Cov-2.

En primera instancia las políticas turísticas tuvieron como principal objetivo el de lograr el máximo crecimiento de la industria turística en nuestro territorio. Para ello se transfirieron las competencias de promoción y ordenación del turismo desde el gobierno central hasta las comunidades autónomas.

Con la expansión del turismo durante el siglo XX, surge la necesidad de coordinar las actuaciones administrativas en turismo, estableciendo políticas de diferenciación de la oferta en base a la sostenibilidad, el crecimiento, la calidad y la innovación. Es aquí cuando aparecen los primeros Planes de Turismo, los cuales dieron pie al desarrollo turístico cada vez más sostenible de nuestro país.

4.1. Planes de Turismo

El turismo es una de las principales actividades económicas del país, presentando un más que notable peso en el crecimiento económico del mismo, dado su peso sobre el Producto Interior Bruto de España. No obstante, tal como el resto de las actividades económicas, este sector genera impactos negativos (masificación turística, gestión de residuos, aumento del precio del alquiler, sobre dependencia económica del sector entre otros), haciendo necesaria la implantación de políticas de gestión planificada como lo han sido los planes, programas y medidas legislativas señalada (Beas Secall L, 2012). “Los planes reflejan la argumentación sobre cómo y por qué el gobierno interviene en el turismo y muestran, de manera objetiva, qué cuestiones preocupan y cómo se pretende modificarlas. Un plan encierra una realidad compleja de ideas, valores y creencias. Los planes nos permiten ver cómo se explica el turismo, sus retos y contradicciones y cuáles son los problemas que tiene el sector, según los analistas o los redactores y, en todo caso, los decisores públicos” (Velasco González, 2008).

La primera vez que España contó con un plan estratégico para promover el turismo en nuestro territorio fue en el año 1992, este plan fue denominado el Plan Futures. Por primera vez que los empresarios españoles comprendieron la necesidad y relevancia de realizar una renovación hotelera tanto en España como en los hoteles de compañías españolas situados en el extranjero. A continuación, se resume brevemente en qué han consistido las Planes de Turismo de las últimas décadas:

A. Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures I) (1992-1995): fue el primer plan de turismo desarrollado en España. Sus objetivos principales fueron recuperar el posicionamiento del turismo español a nivel internacional y la mejora de la competitividad a través de la mejora de la calidad de nuestros destinos turísticos... Este plan fue elaborado bajo el Ministerio de Industria y Turismo.

B. Segundo Plan para la Competitividad del Turismo Español (Plan Futures II) (1966- 1999): (Almeida, Brunet, Coll y Monterresín, 2005) afirman que gracias a los buenos resultados obtenidos tras el plan Futures I la situación del sector consiguió mejorar, por ello se mantuvieron las líneas de actuación. Además, se hizo hincapié en la mejora tanto de los productos como de los servicios turísticos a través de calidad y sostenibilidad. Este plan siguió dos líneas de actuación: los Planes de Excelencia Turística y los Planes de Dinamización Turística.

C. El Plan Integral de Calidad de Turismo Español (PICTE) (2000-2006): en este nuevo plan se modernizan y actualizan los planteamientos de los planes anteriores. Se estudian y diseñan nuevas políticas y estrategias de precio, producto, promoción y comercialización; se crean productos fundamentados en la explotación de recursos de manera sostenible; la integración y el fortalecimiento del tejido empresarial a través del momento de las asociaciones, el asesoramiento y el apoyo de las administraciones hacia las empresas. Además de éste plan, se llevaron a cabo otras iniciativas que contribuyeron al desarrollo de diferentes territorios de nuestro país a la vez que se promovía la cooperación de las administraciones locales, autonómicas y estatales.

D. Plan de Turismo Español Horizonte 2020. 2008-2020: este plan supuso una revisión completa del sector, fijando como año límite el 2020. Su principal objetivo es el de conseguir que nuestro sistema turístico sea más sostenible a la vez que competitivo, consiguiendo el mayor bienestar social y económico; para ello se busca equilibrar el desequilibrio social y territorial, mejorar el entorno cultural y natural, impulsar la actividad turística en nuevos territorios, reducir el impacto turístico en el medioambiente y aumentar la conciencia social. Todo esto enmarcado por la gran competencia internacional, los nuevos segmentos del mercado, las nuevas tecnologías y formas de comercio.

A continuación, se procede a analizar brevemente en qué consisten y cuáles son los objetivos de los diferentes ejes del Plan de Turismo Horizonte 2020, los cuales se visualizan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Plan de Turismo Horizonte 2020

Plan de Turismo Español Horizonte 2020 (2008-2020)
Eje Liderazgo compartido: promueve la colaboración de los distintos agentes que participan en el turismo
Eje entorno competitivo: fomenta la creación de un entorno para el desarrollo empresarial turístico
Eje sostenibilidad del modelo: impulsa un sistema turístico mas sostenible
Eje valor al cliente: apoya una estrategia de mejora de la experiencia turística
Eje nueva economía turística: favorece el desarrollo de nuestras ventajas diferenciadoras como destino turístico

Fuente: Elaboración propia, a partir de Turespaña (2007)

A continuación, se explica de manera resumida en qué consistió cada uno de los ejes del Plan de Turismo español Horizonte 2020:

1. **Eje Liderazgo compartido:** su principal objetivo es el de promover un nuevo liderazgo compartido del turismo desde la eficiencia y corresponsabilidad que contribuya a fortalecer la conciencia de los beneficios económicos y sociales del desarrollo sostenible para la sociedad. Este plan estima que la colaboración empresarial, constitucional y social es la clave que garantiza el cumplimiento de sus objetivos. Para lograr este liderazgo se llevó a cabo el desarrollo del programa compromisos H2020, el cual pretende progresar con el grado de compromiso y responsabilidad pública y privada de sector estableciendo mecanismos de seguimiento, difundiendo el plan y midiendo el grado de implicación de los agentes.

2. **Eje entorno competitivo:** el fin de este eje es el de establecer un entorno idóneo para la creación y el desarrollo de las empresas turísticas, y que a su vez estas sean innovadoras y competitivas. Es muy importante que se realice la creación de un

entorno favorable para los emprendedores el cual facilite la creación, el desarrollo y la mejora continua de nuestras empresas del sector. Para ello es clave la simplificación y mejora de la normativa y de los trámites administrativos. Además, se ha de fomentar la cooperación entre las administraciones y las empresas. También se promueve en este plan la creación de espacios colaborativos de cada uno de los subsectores del sistema, en los que pondrán en marcha planes más especializados según su actividad.

3.Eje sostenibilidad del modelo: con este eje el plan pretende mejorar la sostenibilidad del sistema turístico español, incrementando los beneficios por unidad de carga sostenible y respaldando la protección del entorno natural y cultural de cada localidad en la que se lleve a cabo la actividad turística. Además, también se busca el equilibrio socio- territorial. Los destinos turísticos son el punto en el que se desarrolla la actividad turística y en el que se encuentran los diferentes interlocutores por lo que es muy importante encontrar el equilibrio entre ellos a la vez que se apuesta por la sostenibilidad a largo plazo. Se debe tener en cuenta tanto el impacto del sector en el entorno como el del entorno en el sector para ir adaptando el desarrollo competitivo-sostenible. Además, se ha de adaptar la gestión del destino según la madurez de éste, a la vez que se apuesta cada vez más por una desestacionalización y equilibrio territorial del sistema, todo ello mientras se cuida el medio ambiente actual y se apuesta por la conservación para las épocas venideras.

4.Eje valor al cliente: su principal objetivo es el de mejorar el valor que se le ofrece al cliente con experiencias turísticas innovadoras y diferenciadoras las cuales potenciarán el posicionamiento de España como destino turístico a nivel internacional. La gestión de la relación con el cliente y el nivel de satisfacción experimentada por este son de vital importancia para el desarrollo, comercialización y gestión del sector. Nuestro país dispone de una amplia cartera de clientes los cuales son fieles al destino, debido al grado de satisfacción que han experimentado en sus visitas anteriores, aun así, se quiere conseguir captar nuevos segmentos de la demanda. Lo que diferencia a este plan de turismo es que apuesta fuertemente por un crecimiento cualitativo en lugar de uno cuantitativo. Es fundamental modificar los atributos relacionados con España para que nuestra imagen sea más fidedigna a la realidad actual. Nuestro turismo no es tan sólo sol y playa, sino que somos mucho más.

5.Eje nueva economía turística: cuya finalidad es la de lograr desarrollar completamente las ventajas que nos diferencian como destino turístico, ventajas que se pretenden potenciar con la nueva economía. La captación, el conocimiento y el desarrollo del talento son la clave para el éxito del sector, éxito que se logra solo si se tiene al cliente satisfecho. Además, no podemos olvidar el papel que juega la innovación en todo esto, de ahí la importancia de invertir en ella, hay que innovar para crear valor. Para la consecución de este objetivo, se necesita recopilar información relevante sobre el sector para llevar a cabo la toma de decisiones de la mejor manera posible. Los trabajadores de la empresa turística que trabajen de cara al público son esenciales estratégicamente hablando, ya que otorgan valor a nuestro

producto desde la perspectiva del cliente; por ello es necesario invertir en la mejora de sus capacidades, habilidades y conocimientos.

Dentro del Plan Horizonte 2020, encontramos como plan de desarrollo de este el Plan 08-12 (2008-2012), cuyo objetivo es el de desarrollar las ventajas diferenciales procedentes de la nueva economía en la que la innovación y el conocimiento son los principales activos.

En el mismo plan se esclarece que “El Plan del Turismo Español 08-12 apuesta por el diseño de programas y proyectos con efecto catalizador hacia una transformación dinámica y positiva del turismo español en las orientaciones del Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Es un plan dinamizador del cambio, un plan operativo que centra sus actuaciones en una serie de programas basados en la participación asociada a proyectos, buscando consensos y compartiendo información estratégica entre todos los actores del sector: comunidades autónomas, entidades locales y agentes del sector turístico.” (Turespaña, 2007).

Tabla 2. Ejes y programas del plan de Turismo Español 2008-2012.

Ejes y programas del Plan de Turismo Español 08-12					
Ejes	Nueva economía turística	Valor al cliente	Sostenibilidad modelo	Entorno competitivo	Liderazgo compartido
Programas	Programa conocimiento	Programa España experiencial	Programa turismo, medioambiente y sociedad	Programa marco normativo y simplificación	Programa compromisos H2020
	Programa innovación	Programa posicionamiento 2020	Programa planificación gestión de destinos turísticos	Programa cultura cooperativa	
	Programa atrayendo talento	Programa ayudar a vender	Programa recualificación destinos maduros	Programa planes sectoriales competitividad	
		Programa percibida calidad	Programa desestacionalización y reequilibrio socio-territorial	Programa accesibilidad turística	

Fuente: Elaboración propia, a partir de Turespaña (2007)

E. Plan Nacional Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015: como resultado de la crisis económica iniciada en el año 2008, se puso en marcha este nuevo plan para adaptar nuestro sistema turístico a la nueva situación internacional. Los principales objetivos de éste fueron: la renovación del liderazgo mundial español y la contribución a la generación de riqueza, bienestar y empleo.

4.2. Evolución histórica del turismo español

Aunque los viajes han existido desde los orígenes de la humanidad, no podemos considerar a estos como turismo ya que no tuvieron como fin el ocio, salud, cultura, descanso u negocios. Fue en la Edad Antigua cuando los griegos comenzaron a realizar viajes motivados por ocio. Más adelante, en la Edad Media el principal motivo de los desplazamientos fue la religión y ya fue en la Edad Moderna cuando aparecieron los primeros alojamientos considerados como turísticos (Altamira. R y Muñoz. X, 2007).

A principios del siglo XX el número de establecimientos dedicados al turismo en España eran escasos, estos establecimientos estaban orientados principalmente a un turismo de élite en las grandes ciudades y al turismo de salud (sobre todo en el área del norte de la península), teniendo a la actividad turística en cuenta, el Ministerio de Fomento creó La Comisión Nacional de Turismo fue creada en el año 1905. Tras este primer avance, fue en 1928 cuando se creó Patronato Nacional de Turismo con la intención de promover el turismo español. Con motivo de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929 y de la Exposición Universal de Barcelona de 1930 se consiguieron incrementar las infraestructuras y el número de visitantes en España, originando grandes cambios en la hotelería. No obstante, cabe destacar que tanto la Guerra Civil como la postguerra causaron estragos en este atisbo de crecimiento del turismo español.

Gráfico 1. Llegadas internacionales.



Fuente: Elaboración propia, a partir de INE e IET (2020).

En el año 1938 fue creado el Servicio Nacional de Turismo en el que se establecía una nueva normativa turística en la que se daba constancia de la nueva reglamentación hotelera que contaba con el sistema de categorías. Al año siguiente, en 1939 fue creado el Servicio Nacional de Turismo, el cual recoge la primera clasificación por categorías para los establecimientos hoteleros. Un poco más tarde, en la década de los 40 fue cuando reapareció la iniciativa de dar a conocer el Turismo español en el exterior y dando pie a la reapertura internacional que terminaría dando como resultado la masificación turística.

Desde finales de los años 50 a la actualidad, el turismo español ha experimentado grandes cambios en su desarrollo, ya que ha pasado de considerarse un sector minoritario de élite a la alta industrialización que trajo consigo el turismo de masas, transformando completamente la planificación, gestión y publicidad turísticas, dejando de ser un sector pequeño para convertirse en uno de los más relevantes para la economía española. La reactivación de la economía española tras la guerra civil fue causada en gran parte a los ingresos que fueron generados por el turismo en aquella época, en la que España pasó de una economía agraria a una de servicios.

En el gráfico 1 se observa como número de llegadas de turistas internacionales a España pasó de recibir 5,17 millones de turistas internacionales en 1960 a multiplicar esa cifra por diez en los 50 años siguientes, recibiendo 52,7 millones de turistas en 2010.

El desarrollo económico alcanzado en la actualidad es debido en gran parte al sector turístico, ya que este se ha convertido en un sector clave en la economía española como podemos entender gracias en cifras clave como la aportación del turismo al PIB o al empleo.

El turismo español ha manifestado además una sensibilidad a las crisis económicas, hasta la crisis de la burbuja inmobiliaria del año 2009, solo en dos ocasiones se habían presentado descensos en el número de pernoctaciones. La primera crisis se presentó en 1979 y se relaciona con la crisis del petróleo. La segunda crisis se originó en el año 1992, esta vez no solo cayeron el número de pernoctaciones, sino que también descendió el número de visitantes. En estas crisis el periodo que transcurrió entre el inicio de las crisis y la recuperación fue mayor que en la crisis del 2009 según expresa (Aurioles, 2011)

Con el comienzo del siglo XXI, el turismo experimentó un conjunto de procesos complejos relacionados con los cambios económicos, sociales y tecnológicos que ha sufrido nuestra sociedad en las últimas décadas.

Los autores (Nieto, Román y Bonillo, 2016) manifiestan que el Turismo jugó un papel fundamental en la recuperación de la crisis, y que fue considerado el motor de crecimiento de nuestra economía a pesar de los problemas estructurales que aún persisten en nuestro sistema turístico. La demanda turística no depende sólo de la demanda interna, por lo que los acontecimientos que transcurren en los principales países emisores afectan a nuestro desarrollo turístico.

En los últimos años se ha ido desarrollando un turismo más flexible y segmentado, hecho a medida del consumidor, dibujando nuevas pautas entre las que destacan la diversificación, flexibilización, tecnificación, articulación y comunicación entre los

distintos canales, dejando de lado al turismo tradicional. Nuestro sector turístico ha ido adaptando la oferta a la demanda que es cada vez más exigente, requiriendo nuevas prácticas dentro del mercado. Actualmente los consumidores tienen un papel más activo debido al uso de las nuevas tecnologías, ya no resulta necesario un contacto personal para vender un producto turístico.

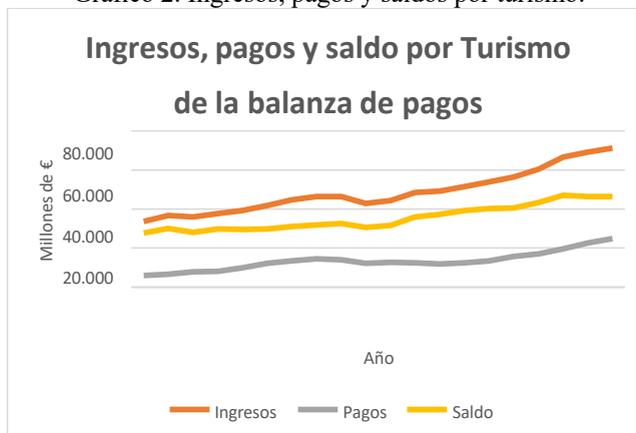
Han sido la globalización, los cambios culturales, la transformación del sistema productivo y las nuevas tecnologías quienes han posibilitado el cambio entre los patrones de consumo, esto no significa que la oferta masiva ya no sea relevante ya que estos cambios se han ido adentrando en el sistema turístico de manera gradual. La tendencia se dirige hacia la personalización e individualización de la oferta turística expresada en una gran variedad de tipos de consumo turístico.

4.3. El turismo y su relevancia en la balanza de pagos

La economía española se ha enfrentado desde siempre al problema estructural del déficit de la balanza de pagos. Esta situación es propia de los países en vía de desarrollo o de desarrollo intermedio. Franco y García (1999) enuncian que, en los años 60, época en la que se sitúa la aparición y auge del turismo de masas en España el déficit de la balanza de pagos era financiado por los ingresos por turismo, las remesas de emigrantes y la entrada de capital extranjero a largo plazo.

De las tres diferentes maneras de financiar el déficit de la balanza, la turística fue la de mayor relevancia debido a su volumen e impacto que supuso para España ya que a lo largo de esta década el turismo compensó el 60% de la balanza comercial. Con la crisis del petróleo en los años 70 el saldo negativo de la balanza de pagos se dispara, situación que es atenuada debida al turismo.

Gráfico 2. Ingresos, pagos y saldos por turismo.



Fuente: Elaboración propia, a partir de INE y Turespaña (2020).

“La cobertura del déficit comercial a través de los ingresos turísticos refleja los altibajos de nuestras relaciones económicas con el exterior. Sin embargo, dichos vaivenes no se producen en el territorio de las actividades turísticas, en permanente incremento, sino en el de la economía española en su conjunto” (Franco y García, 1999). La balanza de pagos es un documento en el cual se recogen las transacciones de bienes, servicios y capitales que establece un país con el resto del mundo. En ella podemos observar los ingresos, pagos y saldo por turismo que recibe y realiza nuestro país. En la tabla 1 podemos observar la evolución de la balanza de pagos por turismo de nuestro país durante los últimos veinte años. La actividad turística es tan importante en nuestro país que, actualmente representa el 14,6% de PIB además de crear el 13,4% de nuestro empleo (datos del 2019). El turismo ha sido esencial para equilibrar la balanza de pagos española, ya que sin él habría sido imposible conseguir dicho equilibrio, viéndose en estos datos uno de los impactos económicos del turismo más positivos para España.

Tal y como podemos contemplar en la Tabla 1, los ingresos por turismo se fueron incrementando año a año desde el año 2000 hasta el año 2008 a excepción del año 2003. En el año 2009 los ingresos por turismo cayeron en algo más de 2000 millones de euros, esto es debido a la crisis económica mundial que generó la burbuja inmobiliaria. Aun así, en el año 2010 los ingresos volvieron a incrementarse, y no han parado de hacerlo hasta ahora. Actualmente nos encontramos en una situación de incertidumbre económica a nivel mundial debido a la pandemia que está acusando a nuestro planeta. En cuanto a lo que se refiere a pagos por turismo, desde el año 2000 hasta el 2008 estos se fueron incrementando de manera gradual. Desde el año 2008 al año 2015 los pagos por turismo permanecieron estables, esto es debido a que los españoles viajaron más por nuestro país durante los años de la crisis económica. Desde el 2015 a la actualidad, la tendencia vuelve a ser creciente ya que nuestra capacidad económica es mayor.

En lo referente al saldo por turismo de nuestro país, cabe destacar que durante los años de estudio siempre se ha mantenido positivo, es decir, nos encontramos en una situación de superávit. Del año 2000 al 2001 el saldo por turismo aumentó, después sufrió una pequeña bajada en el año 2002 para en el año 2003 seguir incrementándose sin parar hasta el año 2017, en los dos últimos años ha habido una ligera disminución del saldo por turismo en nuestro país según los expertos es debido a la estabilización política en los países del Mediterráneo oriental.

5. Principales indicadores socioeconómicos en los que incide la actividad turística.

Para comprender cómo nos ayudan los indicadores a entender y cuantificar la actividad turística debemos conocer su definición. Se entienden como indicadores a “las variables que intentan medir u objetivar, en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así, poder respaldar acciones. Entre los principales atributos de un buen indicador están la disponibilidad, especificidad, confiabilidad, sensibilidad y alcance” (Revista Online Estrategias de Inversión, 2012). Los indicadores nos muestran cuales son los problemas actuales, como son los impactos

de la acción turística, cuáles son los problemas emergentes y la necesidad de acción existente. Ninguna administración puede hacerse cargo de los impactos turísticos si desconoce los problemas que éstos atañen. Según (Sotelo Navalpotro, J.A. et alii, 2010) existen distintos tipos de indicadores, que se pueden clasificar en:

1. Indicadores de alerta temprana: son aquellos indicadores que nos dan los primeros indicios de que un problema está apareciendo, es por ello que son tan útiles, ya que nos permiten anticiparnos y poner una solución antes de que el problema crezca y se agrave (descenso del nº de pernотaciones, del gasto turístico etc.).

2. Indicadores del estrés del sistema turístico: este tipo de indicadores nos señalan cual es la situación del sistema (índice de criminalidad de un destino, escasez de agua, etc.).

3. Medida del estado actual del turismo: nos indican como su nombre indica, en qué situación se encuentra el sector (Tasa de ocupación hotelera, grado de satisfacción del Turista etc.).

4. Medida de los impactos de la actividad turística: (índice de deforestación, variación de los ingresos de la comunidad receptora, etc.).

5. Medidas del esfuerzo de manejo: son los costes que genera la actividad turística (coste de limpieza, coste de las reparaciones etc.).

6. Medida de los efectos del manejo: (fluctuación de los niveles de contaminación, nº de turistas que regresan al destino etc.).

Los indicadores nos ayudan a medir la evolución y el impacto de la actividad turística, otorgándonos datos sobre el impacto de las medidas implantadas y revelando si estas son efectivas o no. Cabe destacar que los indicadores coyunturales² turísticos de España (según Turespaña) se reflejan en las estadísticas más relevantes del plano turístico español, estos indicadores son:

1. Número de visitantes extranjeros (FRONTUR: encuesta de movimientos turísticos en Fronteras).

2. Gasto total en millones de euros (EGATUR: encuesta de gasto turístico).

3. Gasto medio por persona (EGATUR: encuesta de gasto turístico).

4. Gasto medio por día (EGATUR: encuesta de gasto turístico).

5. Número total de viajes (FAMILITUR: encuesta de los movimientos turísticos de los españoles).

6. Ocupación hotelera (Encuesta de ocupación Hotelera).

7. Número de pernотaciones de residentes y no residentes (Encuesta de ocupación Hotelera).

8. Grado de ocupación (Encuesta de ocupación Hotelera).

9. Ingresos por turismo en millones de euros (Balanza de Pagos).

10. Pagos por turismo en millones de euros (Balanza de Pagos).

Los indicadores señalados anteriormente, son una herramienta muy útil a la hora de evaluar los impactos del turismo, permitiéndonos observar el desarrollo del turismo. La gestión turística tiende actualmente a reducir dichos impactos a la vez que se genera riqueza, promoviendo un turismo sostenible y considerando a los indicadores como instrumentos clave para la medición del impacto turístico.

5.1. Sistema Europeo de Indicadores Turísticos

En el año 2013 la Comisión Europea implantó el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, con el fin de facilitar a los diferentes destinos europeos el control y la medición de sus resultados, teniendo una perspectiva común. Este sistema es de aplicación voluntaria. Son los propios destinos quienes se deben encargar de la recopilación de datos, el análisis de datos y la evaluación de los resultados, así como del seguimiento de estos mismos. Aunque el Sistema Europeo de Indicadores no fije valores mínimos ni proporcione certificación alguna, al reconocer un grupo indicadores común, permite a los destinos obtener información básica para realizar tanto la gestión como el seguimiento de su actividad turística de una forma más eficiente. En 2016 este sistema fue revisando, proponiendo a los destinos un sistema completamente verificado. El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos se compone de veintisiete indicadores principales y de cuarenta indicadores opcionales los cuales se encuentran clasificados en cuatro categorías, estas son:

- Indicadores para la gestión de destinos.
- Indicadores de incidencia social y cultural.
- Indicadores de valor económico.
- Indicadores del impacto ambiental.

Tendremos en cuenta para este proyecto los indicadores de valor económico y los de incidencia social y cultural, dada la temática de la presente investigación.

Tabla 3. Indicadores del valor económico.

Indicadores de valor económico	
Criterio	Principales indicadores
Flujo turístico en el	Nº de pernoctaciones turísticas por mes
	Nº de visitas de un día de duración por mes
	Contribución relativa del turismo a la economía del destino turístico en cuestión (%PIB)
	Gasto diario por turista que pernocta
	Gasto diario de los visitantes que realizan visitas de un día
Rendimiento de las	Duración de la estancia de los turistas
	Índice de ocupación en alojamientos comerciales por mes y promedio del ejercicio
Calidad del empleo	Empleo directo del sector turístico como porcentaje del empleo total del destino
	Porcentaje de puestos de trabajo en el sector turístico que son estacionales
Cadena de suministro del sector turístico	Porcentaje de alimentos, bebidas, productos y servicios de producción local adquiridos por las empresas turísticas del destino

Fuente: Elaboración propia, a partir de la Comisión Europea (2016).

En la tabla 3 se muestran los indicadores del valor económico. Los datos de recogidos en estos indicadores han de ayudar a mejorar tanto los planes de comercialización del destino (en nuestro caso el destino España), así como contribuir al diseño de la estrategia turística a medio y largo plazo. El estudio de la evolución de estos indicadores nos permitirá realizar un mejor análisis de la situación en la que se encuentra el sector y medir sus impactos económicos.

Tabla 4. Indicadores del impacto social.

Indicadores de incidencia Social y Cultural	
Criterio	Principales Indicadores
Impacto social	N.º de turistas o visitantes por cada 100 habitantes
	Porcentaje de residentes que están satisfechos con el turismo que recibe el destino
	N.º de camas disponibles en los establecimientos de alojamiento comercial por cada 100 habitantes
	N.º de segundas residencias por cada 100 viviendas
Salud y seguridad	Porcentaje de turistas que presentan una denuncia ante la policía
Igualdad de género	Porcentaje de hombres y mujeres empleados en el sector del turismo
	Porcentaje de empresas turísticas cuya dirección general está en manos de una mujer
Inclusión y accesibilidad	Porcentaje de habitaciones en establecimientos de alojamiento comercial accesibles para las personas con discapacidad
	Porcentaje de establecimientos de alojamiento comercial que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad
	Porcentaje del transporte público accesible a las personas con discapacidad y con necesidades específicas de accesibilidad
	Porcentaje de lugares de interés turístico accesibles para las personas con discapacidad o que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad
Protección y valorización	Porcentaje de residentes que satisfechos con la repercusión del turismo en la identidad del destino
	Porcentaje de los eventos celebrados en el destino que se centran en la cultura y patrimonio tradicional/local

Fuente: Elaboración propia, a partir de la Comisión Europea (2016).

Un ejemplo de ello es el nº de pernотaciones por mes, el cual nos indica qué meses son los de mayor actividad y cuales los de menor actividad, de esta manera nos es posible diseñar una estrategia que nos permita atraer más turistas en los meses “más flojos” y frenar, aunque sea parcial la estacionalidad. Otro ejemplo bastante relevante es el de la calidad de empleo, ya que gracias al análisis de estos datos se

pueden elaborar estrategias que promuevan un empleo en el sector turístico más estable y con mejores condiciones para los empleados.

En la tabla 4 se muestran los indicadores del impacto social dentro del Sistema Europeo de Indicadores turísticos, los cuales nos permiten evaluar la sostenibilidad del ámbito social (sociológico y cultural) del destino y mejorar su gestión.

Un ejemplo de ello puede ser el nº de visitantes por cada 100 habitantes, el cual nos puede ayudar a verificar si un destino está demasiado masificado, lo cual hoy en día sería el reflejo de una mala gestión la cual debe ser mejorada. Dicha masificación también puede crear problemas de rechazo en la población local, lo cual veremos más adelante.

En el caso del porcentaje de hombres y mujeres empleados en el sector, podemos evaluar si existe una igualdad de género en el plano laboral español. Según recoge Hosteltur “La brecha entre hombres y mujeres en el mercado laboral de España es muy significativa -a nivel general- y especialmente apreciable en la escasa presencia femenina en consejos de administración y mandos directivos, además de una gran diferencia salarial. Esta distancia entre ambos sexos también es muy notoria en el sector de viajes y turismo”.

5.2. Indicadores de ámbito local

La actividad turística en España se considera una actividad socioeconómica cuyos elementos y factores son de gran importancia para el crecimiento, desarrollo y estabilidad de la economía española (Figuerola, 2015).

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo realizó en el año 2015 un análisis de la medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local con el objetivo de ampliar la presentación de la realidad en este ámbito, ya que, tras el análisis realizado por el ministerio, se consideró que el sistema turístico español carecía de información suficiente para mejorar la gestión de los destinos a nivel local o municipal.

Es necesario que se mejore el sistema de medidas del impacto turístico a nivel de municipal, local o de destino, considerándolo como punto clave para el desarrollo al ser la unidad receptora de llegadas. El ministerio de Industria, Energía y Turismo consideró que “sin un sistema estadístico más perfeccionado, no se podrá llegar a un buen conocimiento, y por consecuencia, conseguir un cuadro de política turística más rentable”.

Es por esto por lo que se estableció la creación de una serie de indicadores con proyección local, los cuales tienen como objetivo medir la influencia del turismo en un destino determinado. Estos indicadores tienen la capacidad de evaluar el destino objeto de estudio cuáles son los impactos de la llegada del turismo en todas sus formas, en los siguientes ámbitos:

1. Impacto económico.
2. Impacto sociolaboral.
3. Impacto ambiental.

La aplicación del uso de estos indicadores en la planificación turística local representa una oportunidad para el equilibrio del turismo en el futuro, proporcionando una solución a los problemas y amenazas de la actividad turística en el ámbito local gracias a la detección temprana de dichos problemas.

Debido a la temática de la presente investigación, solo se tendrán en cuenta los indicadores de naturaleza económica y sociolaboral.

En las tablas que se observan a continuación se refleja cuáles fueron los indicadores propuestos:

Tabla 5. Indicadores de naturaleza económica en el ámbito local.

Indicadores de naturaleza económica	
Nivel de producción turística directa	Mide la evolución de las ventas que las empresas relacionadas con el gasto turístico
Renta Turística y su relación con el PIB local o regional. Según períodos anuales o trimestrales y su comparación temporal	Resume el conjunto de la aportación económica del turismo en el marco local
Indicador de competitividad de la demanda turística	Grado o escala de competitividad de los diferentes municipios
Multiplicador de la producción turística sobre el resto del sistema económico	Nos permite valorar los efectos indirectos e inducidos causados por el gasto de los turistas
Valoración del esfuerzo presupuestario municipal en la promoción de la demanda turística	Mide la eficiencia de la acción política respecto al presupuesto, determinando la validez de la cantidad y distribución de las partidas
Correlación anual o dependencia del turismo en el destino, respecto al conjunto del turismo en el país (residentes y no residentes)	Comparador de cómo el comportamiento de la estrategia turística influye a diferentes niveles (nacional, autonómico, regional y local)
Indicador de dependencia del crecimiento en los destinos turísticos en función de la variación de la renta de los países emisores	Instrumento de previsión que indique o alerte como el comportamiento de la demanda turística influye en la localidad
Valoración en el ámbito municipal de indicadores de productividad de empleo e inversión hotelera en los destinos turísticos	Es importante valorar la eficacia alcanzada por los factores productivos para poder mejorar el proceso de producción

Fuente: Elaboración propia, a partir del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015).

Los indicadores económicos a nivel local tienen como objetivo identificar cuáles son los impactos económicos negativos del turismo en el destino que se esté estudiando, de esta manera es posible desarrollar una estrategia municipal la cual tenga en cuenta dichos impactos y busque una solución a ellos. La aplicación de estos indicadores permitirá al destino la realización de una planificación turística mejor desarrollada y más sostenible. Gracias a la facilitación de estos indicadores, es posible

que la realidad del sector turístico a nivel local esté mejor representada, reforzando y ampliando de manera significativa el conocimiento sobre esta.

Tabla 6. Indicadores de inserción laboral en el ámbito local.

Indicadores del ámbito sociolaboral	
Nivel de empleo en la oferta hotelera.	Estratificado por sectores profesionales y por el marco estacional, como por ejemplo el volumen de empleo que se genera en la hotelería de la localidad
Nivel de empleo inducido por el empleo en alojamiento	Coefficiente de empleo inducido que genera la hotelería respecto al total del empleo turístico/empleo que crea el turismo directamente en otros sectores
Multiplicador general del empleo turístico	Se calculará el empleo del turismo de manera indirecta en el sistema económico
Indicadores explicativos de signos de perversión social	Situaciones que se produzcan en el ámbito de la oferta turística causadas por el incumplimiento de las normas o la falta de recursos que ocasionen distorsiones graves
Pérdida de personalidad e idiosincrasia local por efectos de disfunción del crecimiento de la demanda turística	Disfunciones sociales y problemas que cuse el turismo en el mantenimiento de las tradiciones locales
Indicador de desocupación del empleo local, según la evolución de la demanda turística	Sirve para medir la efectividad del turismo en la creación y mantenimiento del empleo
Evolución del presupuesto para turismo y su relación con el presupuesto local, y su cambio en función de la renta turística	Explicará a través de diferentes indicadores la intensidad del a política económica del turismo
Nivel de aceptación de la población local	evaluación del nivel de aceptación de la población local hacia el turismo recibe

Fuente: Elaboración propia, a partir del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015).

Los indicadores sociolaborales que han sido desarrollados para el ámbito local permiten al destino objeto de estudio facilitar el análisis y su posterior interpretación con relación a los impactos del turismo. La planificación del turismo a nivel municipal no debe dejar de lado al estudio de los impactos sociales en favor a los beneficios económicos creados por el sector, dichos impactos han de ser medidos y estudiados, con el objetivo de alcanzar el desarrollo sostenible del turismo.

6. Factores e impactos sociales y económicos del turismo, en los albores del siglo XXI

Tal y como se ha señalado a lo largo del presente estudio, el turismo ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo económico español, ha influido tanto en la creación de empleo como en la mejora de la economía. Según la Cuenta Satélite del

Turismo elaborada por el INE, la contribución del turismo al PIB español ha crecido de un 11,8% (serie contable 1995- 2002) a un 12,3% (serie contable 2016-2018) lo cual lo convierte en uno de los sectores más relevantes de nuestra economía. Franco y García (1999) remarcan que es de vital importancia para la economía el efecto multiplicador del turismo. No obstante, no todo ha sido positivo ya que los costes ambientales e impactos sociales no han sido pocos.

La Organización Mundial del Turismo define el impacto turístico como “el resultado de las relaciones sociales mantenidas durante la estadía de los visitantes, cuya intensidad y duración son afectadas por factores espaciales y temporales específicos”. Estos impactos se clasifican en económicos, sociales, culturales, ambientales y políticos los cuales; la complejidad del turismo no se refiere únicamente a cómo evolucionan dichos impactos, sino que también a cómo se relacionan estos entre ellos (Azcué. I, Cruz. G y Varisco. C, 2018). En esta ocasión nos centraremos en los impactos socioeconómicos.

6.1. Impactos económicos del turismo

Se entiende por impacto económico del turismo a “la medida de los beneficios y, también de los costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad” (Picornell, 1993). El estudio e investigación de los impactos económicos del turismo ha experimentado un gran auge en los últimos veinticinco años. La primera serie contable que se realizó en la cuenta satélite del turismo en España data de 1995 a 2003. En el año 1999 se organizó la Conferencia Mundial de la Medición del Impacto Económico del Turismo. Impactos sociales del turismo. Desde el punto de vista de la oferta, el turismo tiene la capacidad de ayudar a conseguir el equilibrio de las cuentas exteriores por su aportación a los ingresos de la balanza de pagos; desde el punto de vista de la demanda, se considera al turismo como un determinante del déficit exterior.

Actualmente se realizan estadísticas como Frontur, Egatur, Familitur o la encuesta de ocupación hotelera entre otras nos ayudan a medir el estado del sector, pero éstas no contribuyen al análisis de sus impactos. Tradicionalmente se han medido los impactos económicos del turismo a través de distintas metodologías. La dificultad analítica es relevante debido a que el turismo es un sector transversal puesto que múltiples empresas de distintas ramas participan en la oferta a la vez que éstas producen bienes y servicios que no guardan relación con la actividad turística.

De acuerdo con Turespaña “La Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE), es un sistema de información económica relacionada con el turismo, diseñada como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, que permite medir el impacto del Turismo sobre la Economía Nacional. La cuenta satélite del Turismo se puede describir como un conjunto de cuentas y tablas, basado en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos (oferta y demanda) del turismo de forma interrelacionada para una fecha de referencia dada”. La primera aproximación a la Cuenta Satélite de Turismo fue

presentada oficialmente en junio de 2002 por el INE, el Banco de España y la entonces Secretaría General de Turismo. Bien es cierto que La Cuenta Satélite ha conseguido unificar los distintos métodos de análisis de los impactos económicos del turismo, aun así, su mayor defecto es que en ella se reflejan mayoritariamente los impactos positivos.

A continuación, se presentan los impactos económicos positivos y negativos más relevantes:

1.España ocupa uno de los primeros puestos en el ranking de turismo internacional, siendo el segundo país con más visitas en el año 2019.

2.El turismo total, en todo caso, actualmente representa el 14,6% de PIB y ocupa al 13% de la población activa en España (datos del 2019).

3.La actividad turística compensa el déficit de la Balanza de pagos española, en el año 2019 la balanza presentó un déficit de 28.100 millones de euros.

4.El incremento en la llegada del número de turistas ha obligado a crear infraestructuras que dinamizan la economía española.

5.El turismo genera efectos multiplicadores como por ejemplo el del sector inmobiliario, “el efecto multiplicador es la circulación que el dinero gastado en el turismo tiene dentro del sector económico de un determinado lugar”.

6.El turismo se utiliza como una estrategia de desarrollo local, aprovechando que la actividad turística es un factor de desarrollo socioeconómico.

7.El turismo contribuye a la generación de empleo, según Hosteltur El empleo turístico creció en 2019 en 93.850 personas.

8.La actividad turística también se refleja en los precios de diferentes bienes y servicio, esto se refleja principalmente en el sector hostelero y en el sector inmobiliario. Según explica (Bote,1990) se puede producir un incremento de los precios turísticos por dos causas fundamentales: exceso de demanda (inflación de demanda) y aumento de los costes de producción (inflación por costes).

9.Uno de los mayores inconvenientes del empleo generado por el sector turístico es su marcada estacionalidad en los destinos del litoral, ya que esto contribuye al aumento del trabajo temporal y precario.

10.A pesar de los esfuerzos de las administraciones para regular la actividad turística, los alojamientos turísticos no declarados continúan contribuyendo a la economía sumergida.

11.Los turoperadores más grandes son de origen extranjero, por lo que se llevan la mayor parte del capital generado a sus países de origen.

12.La mayor parte de los turistas eligen como destino las islas, grandes urbes y el litoral, por lo que se originan grandes desequilibrios territoriales.

13.Existen además escándalos urbanísticos tales como las recalificaciones de terrenos llevados a cabo en fraude con el fin de urbanizar áreas que antes no eran turísticas.

14.La sobre dependencia económica del turismo crea una vulnerabilidad económica. El turismo es susceptible a los cambios en la demanda.

Gráfico 3. Destinos principales por llegadas de turistas internacionales en 2018.

Los 10 principales destinos reciben el 40% de las llegadas mundiales



Diez destinos principales por llegadas de turistas internacionales, 2018

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2019).

En el gráfico 2 podemos observar como en el año 2018, España ocupaba el segundo lugar en el ranking de los 10 países más visitados en lo relativo al turismo internacional, con un total de 89 millones de turistas internacionales. España tan sólo es superado en número de turistas internacionales por su país vecino, Francia.

6.2. Impactos sociales del turismo

Los impactos socioculturales del turismo son todos los cambios sociales y culturales que se producen en una sociedad que está relacionada con el desarrollo turístico y la interacción entre los turistas y su población, el nivel de impacto depende de las características de la comunidad receptora de turismo y de los factores que la rodean reitera (Picornell, 1993). El cambio influye en el comportamiento individual, el estilo de vida, las relaciones familiares, las formas de vida, el sistema de valores, la conducta, la cultura tradicional etc.

Gran parte de los estudios que miden el impacto sociocultural del turismo lo hacen desde una óptica negativa, según el punto de vista de numerosos sociólogos y antropólogos, el turismo exporta el modelo estandarizado de sociedad moderna, haciendo que la sociedad receptora pierda sus valores propios.

En cuanto a los impactos sociales, estos son los más relevantes:

1.El sector turístico puede ayudar a la rehabilitación del casco histórico de las localidades en las que se ha logrado fomentar el interés histórico y artístico, además también puede ayudar a la conservación los recursos naturales en las áreas rurales.

2.La llegada de turistas puede llevar a que la población local valore más lo propio. El sector turístico también puede favorecer el intercambio cultural, fomentando el respeto y la tolerancia.

3.El turismo produce cambios en las zonas de residencia de la población local, hay una gran cantidad de personas que abandonan el centro ya sea debido a las grandes aglomeraciones o a la imposibilidad económica de afrontar el precio de la vivienda que se ha visto incrementado por la actividad turística.

4.El sector servicios, sobre todo la hostelería, experimenta un marcado desarrollo en las localidades turísticas abandonada por gran parte de la población residente.

5.Se pueden generar tensiones entre colectivos que fomentan la discriminación, como la xenofobia.

6.En las localidades en pleno desarrollo turístico puede haber una excesiva rapidez en el cambio de forma de vida.

7.El aumento del precio de los alquileres en el casco histórico de las ciudades más turísticas imposibilita a parte de la población el acceso a la vivienda en dichas zonas.

8.En los destinos que atraen muchos turistas ha habido un gran auge de la turismofobia en los últimos años. Se entiende por turismofobia a la aversión o el rechazo social que sienten los residentes de un destino turístico hacia los turistas, provocada principalmente por la mala planificación turística la cual provoca el decrecimiento de la vida local.

Imagen 1. Noticia sobre turismofobia.



Fuente: La Sexta Noticias.

Cabe destacar que actualmente España hace un gran esfuerzo a nivel nacional, autonómico, regional y local por combatir y disolver los impactos negativos del turismo, aunque aún hay mucho camino por delante.

7. Vinculación entre los impactos sociales y los económicos, en el ámbito espacial español: los desequilibrios territoriales

Existen en España remarcados desequilibrios territoriales que se explican por diferentes causas como la distribución desigual de los recursos, la evolución histórica de los diferentes territorios, los factores geográficos, las decisiones políticas que se han ido adoptado y las características del modelo económico español, entre otras.

Las regiones del territorio español no se han desarrollado uniformemente a lo largo de la historia, la especialización y crisis de diferentes sectores de la economía han propiciado grandes diferencias entre comunidades autónomas e incluso, en algunas comunidades hay diferencias en el desarrollo de sus provincias.

Franco (1990) cita a Cortiña (1990) “Cuando el sistema político económico vigente es el capitalista, como es el caso de España (...) se produce una tendencia «natural» a la concentración y polarización de la actividad económica, tanto desde el punto de vista funcional y sectorial como en la distribución espacial”

7.1. Origen histórico de los desequilibrios territoriales

La mayor parte de la población española se concentraba en la meseta, sobre todo en la parte norte de esta en el s. XVI. Ya hacia finales de siglo surge la tendencia del desplazamiento de parte de la población y de las actividades económicas hacia la zona sur de la península, aun así, la meseta continúa siendo la zona más relevante.

En el s. XVII tanto las actividades económicas como la población continúan la tendencia de desplazarse fuera de la meseta. (Aliaga, 1990) expone que la región de castilla sufre una despoblación debida a la migración de los campesinos a las ciudades “Si en 1591 las provincias interiores albergaban el 56,4 por 100 de la población, en 1712-1717 el porcentaje había descendido al 43 por 100 y al 38,8 por 100 finalizando la centuria.”

Ya en el s. XVIII se empezaron a acentuar las diferencias entre la parte central y la parte periférica de nuestro país, ya que en la parte periférica había un mayor desarrollo del comercio y de la producción expone (Bautista, s.f). En el s. XIX el crecimiento industrial era muy lento comparado con el de los demás países europeos, El País Vasco y Cataluña eran las regiones más industrializadas por lo que la población se empezó a concentrar en estas regiones, en Madrid y en el litoral. Cataluña, la Comunidad Valenciana y los archipiélagos multiplicaron su economía por tres y Madrid lo hizo por seis.

Al pasar al s. XX Madrid y el litoral continúan concentrando la mayor parte de la población, se apuesta por seguir desarrollando las industrias del País Vasco, Cataluña y Madrid. A raíz de la crisis del petróleo de 1973, se dio un desplazamiento de la población hacia la zona del levante, Madrid y los archipiélagos.

En las áreas más pobladas (Madrid y el litoral) se observaba un crecimiento del PIB, aumento de la población e incremento de la renta, lo cual se tradujo en el alcance de un buen nivel de vida, mejor calidad de los servicios sociales y mejores infraestructuras. Por el contrario, en las áreas menos industrializadas se observaba un PIB bajo, una población cada vez más reducida y envejecida, menor infraestructura, calidad de vida y peores servicios sociales. La industrialización y el turismo consolidaron el atractivo del litoral, los archipiélagos y Madrid.

Sánchez, M (2004) analizó los desequilibrios territoriales por comunidades autónomas en cuanto a la renta per cápita durante la segunda mitad del siglo XX. Entendemos a la Renta per cápita durante la segunda mitad del siglo XX. Entendemos a la Renta per cápita como un indicador económico que se encarga de medir la relación entre el PIB y el número de habitantes de un país. Tras su análisis, Sánchez, M (2000) afirma que “las comunidades autónomas españolas que en 1993 se situaban en PIB per cápita por debajo de la media nacional han empeorado su posición en 1998 con tasas de variación del PIB per cápita negativas en el periodo 1993-1998; y las comunidades más desarrolladas en 1993 han mejorado en 1998, excepto Baleares, registrando tasas de variación positivas”. Por lo que se dedujo que el crecimiento que experimentan las regiones más desarrolladas afecta de manera negativa a las demás regiones. Los desequilibrios en la renta per cápita de las diferentes comunidades autónomas han sido causadas por las diferencias en la productividad media del trabajo, paro, empleo etc.

Además, en su análisis Sánchez, M (2004) cita a Giersch (1965) quien expone que “la cuantía máxima de bienes y servicios que puede producir una región utilizando eficientemente sus recursos viene determinada, además de por la cantidad y calidad de los factores trabajo, capital privado y recursos naturales, por la situación geográfica, la aglomeración global de la economía y las infraestructuras”. Las infraestructuras contribuyen positivamente a la consecución del equilibrio interregional al favorecer el empleo, además tienen un efecto positivo en la productividad, ayudando a reducir costes y contribuyendo a crear un entorno conveniente para la actividad económica. La mayor parte de las investigaciones realizadas sobre el territorio español, revelan la existencia de una relación positiva entre la inversión de capital público en infraestructuras y la mejora de la productividad tanto a nivel regional como nacional, es por ello que la mayoría de los investigadores creen que una dotación apropiada de infraestructuras incitaría la inversión privada, mejorando la economía. Por lo que, si se invierte más en las regiones menos desarrolladas, lograríamos paliar en parte las diferencias económicas entre regiones.

Como bien sostiene Sotelo Pérez, M. (2018) “el desarrollo de territorios y ciudades depende en gran medida de la disponibilidad de recursos humanos, naturales y económicos, además de las interacciones de fuerzas y mecanismos que generan un desarrollo endógeno, especialmente la organización flexible de la producción, la difusión de innovaciones, el desarrollo del suelo urbano y el agua”.

Se pueden clasificar los territorios españoles según Bautista, R (2016) en:

1. Ejes dinámicos: Madrid, País Vasco, Cataluña, valle del Ebro y los archipiélagos en los que se observa crecimiento económico, demográfico y social
2. Ejes en declive: Cantabria y Asturias en donde se observa un estancamiento de la población, disparidad social y un PIB por debajo de la media
3. Ejes menos dinámicos: Murcia, Andalucía y Castilla-León en los que el PIB está por debajo de la media y desigualdades sociales y demográficas, aunque en algunas zonas el turismo y la tecnificación comienzan a incrementarse

Los desequilibrios socioeconómicos se deben sobre todo a la localización de las actividades económicas, las condiciones naturales y la acción humana. Los principales indicadores de dicho desequilibrio son:

1. Desequilibrios sociales relacionados con la renta
2. Nivel del Estado de bienestar
3. Densidad de población
4. Desequilibrio económico (medido por el PIB)

Hasta el s. XX la economía española experimentó un crecimiento muy bajo, por ello en 1959 se decidió por parte del Estado implantar el Plan de Estabilización de la economía española, el cual dejó de lado a la autarquía nacional, apostando por la inversión exterior y dando muy buenos resultados. Este fue el primer paso hacia una nueva economía liberal, la cual permitiría a nuestro país entrar en la entonces denominada Comunidad Económica Europea en el año 1986. A finales de los años 80, la economía internacional experimentó periodos cortos de desarrollo económico muy fuerte alternados con periodos de crisis, encontrándonos entonces con un contexto económico y social bastante complejo (Muñoz. R, 2016).

Hay numerosos estudios que analizan la situación económica y social que se experimentaba a nivel global antes de las diferentes crisis económicas (Solomon y George, 1979), (Henderson, 1999), (Pideaux y Witt, 2000), Law, 2001) citados por Bonillo, Nieto y Román (2016) entre otros. El incremento de la complejidad, la desregularización y liberalización del sistema financiero y la expansión del crédito formaron parte de los principales detonantes de esta crisis económica global. En cuanto a lo que España se refiere, esta crisis económica fue superada con un alto coste económico-social: la precariedad laboral y el empobrecimiento de la clase media. Actualmente el mundo se ve de nuevo envuelto en el inicio de una crisis económica provocada por la pandemia del Covid-19, de la cual aún se desconocen cuáles serán sus consecuencias a largo plazo.

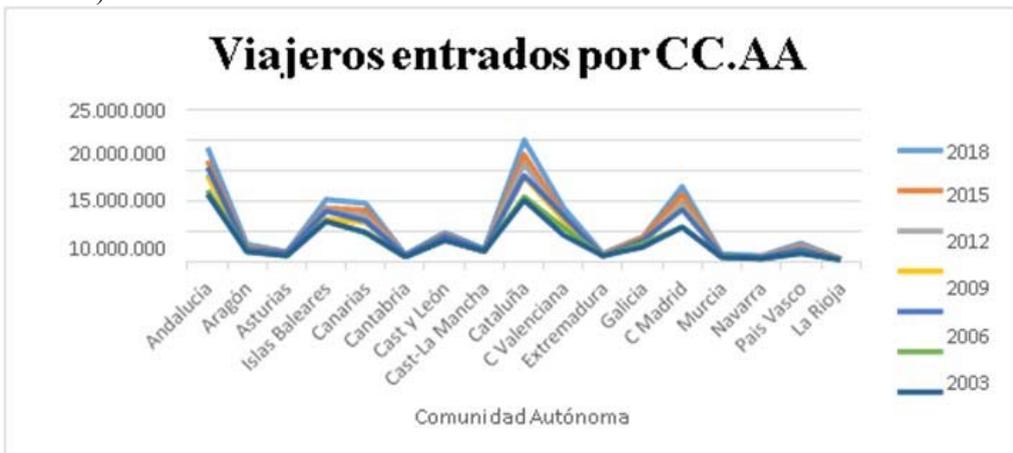
7.2. La contribución del turismo a los desequilibrios territoriales

El sector turístico no es una excepción en cuanto a los desequilibrios territoriales se refiere, ya que hay regiones que se han consolidado como destinos turísticos maduros como lo son las islas baleares con el turismo de sol y playa o Barcelona con el turismo cultural y de ocio; por el contrario, hay otras regiones como La Rioja que apenas reciben turismo. La actividad turística ha resultado ser clave en el desarrollo de la economía española, a partir de los años 60 y hasta a actualidad la actividad turística ha ayudado a compensar el déficit de nuestra balanza de pagos, el cual era uno de los mayores problemas de la economía española. Tras la crisis de 2008 el sector turístico fue el que más empleo generó en nuestro país (aproximadamente un 15%); en las provincias con más actividad turística esta cifra asciende al 30% o 40%. La concentración de empleo en las zonas turísticas propicia la movilización de la población hacia estas áreas, lo cual ha contribuido a la consolidación de los actuales desequilibrios territoriales de España.

Aproximadamente un 57% de nuestro territorio es ocupado por el medio rural, éste está formado principalmente por tierras agrarias y forestales. Los principales usos del medio rural son la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la industria alimentaria y recientemente el turismo rural. Según la OMT, entendemos por turismo rural a “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”. En los últimos años se le ha dado mucha importancia al turismo rural en España, ya que es un elemento dinamizador de las zonas en las que las actividades económicas se centran en la agricultura y la ganadería; además también ayuda a llevar turismo a aquellas zonas en las que, hasta hace no muchos años, no había turismo. Sin embargo, según (Varela y Gil, 2010) aun es necesario combatir el modelo de turismo rural estandarizado, promover la coordinación entre los distintos agentes públicos y privados además de invertir en promoción, innovación y formación para así conseguir un turismo rural más rentable a la par que sostenible.

Hay varias estadísticas que miden el número de turistas en nuestro territorio; tenemos a Frontur la cual mide el número de visitantes que llegan desde el extranjero, a Familitur que cuenta el número de visitantes procedentes de otras zonas de nuestro país, y las encuestas de ocupación de hoteles, apartamentos turísticos, alojamientos rurales o campings. Actualmente disponemos de los datos de Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal en la estadística Frontur pero tan solo se han contabilizado los últimos 5 años. Para hacer una comparación del número de turistas en España, se ha elegido en esta ocasión la Encuesta de Ocupación Hotelera, ya que es una encuesta que ha sido homogénea a lo largo de los años y que registra tanto a turistas nacionales como a turistas extranjeros, siendo representativa de la realidad del turismo en nuestro territorio.

Gráfico 4. Número de viajeros entrados por comunidad autónoma (Encuesta Ocupación Hotelera).



Fuente: Elaboración propia, a partir del INE (2019).

La comunidad autónoma que más visitantes en hoteles ha recibido durante los últimos 20 años ha sido Cataluña, la cual ha conseguido pasar de 10.163.320 visitantes en el año 2000 a 20.045.330 en el año 2018, según los datos reflejados en la encuesta de ocupación hotelera. En segundo lugar, encontramos a Andalucía, la cual recibió a 11.168.121 visitantes en los 2000 y pasó a tener 18.838.408 en 2018. En tercer lugar, nos encontramos a la Comunidad de Madrid, la cual pasó de recibir a 5.781.170 visitantes en el año 2000 a 12.436.269, recibiendo más del doble de visitantes en tan solo dos décadas. El cuarto puesto según el número de visitantes en hoteles lo ocupan las Islas Baleares, quienes recibieron 6.687.570 visitantes en el año 2000 y a 10.332.809 en 2018. En el quinto lugar tenemos a las Islas Canarias con 4.900.735 visitantes en el año 2000 y 9.743.578 en 2018.

Por otro lado, la Comunidad autónoma que menos visitantes ha registrado en los últimos 20 años ha sido La Rioja, la cual casi no ha incrementado el número de visitantes ya que ha pasado de 406.464 en el año 2000 a 566.564 en 2018. La segunda comunidad autónoma con menos visitantes, a pesar de haber casi duplicado el número de visitantes ha sido Navarra, pasan de 565.896 en el año 2000 a 1.034.834 en 2018. La tercera Comunidad Autónoma con menos visitantes en hoteles en nuestro país ha sido Cantabria, pasando de 8.96.334 en el año 2000 a 1.284.569 en el año 2018.

En el siguiente cuadro podemos observar las Comunidades Autónomas ordenadas según el número de visitantes recibidos en España de mayor a menor en el año 2018.

Tabla 8. Recepción de turistas por Comunidades Autónomas.

Cataluña	Andalucía	Madrid	Islas Baleares	Islas Canarias	C. Valenciana	Castilla y León	Galicia	País Vasco	Aragón	Castilla La-Mancha	Asturias	Extremadura	Murcia	Cantabria	Navarra	La Rioja
----------	-----------	--------	----------------	----------------	---------------	-----------------	---------	------------	--------	--------------------	----------	-------------	--------	-----------	---------	----------



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del INE (2020).

Como bien se observa en los datos recabados por el INE, el desequilibrio en cuanto al número de turistas se refiere, es bastante notable, ya que en el año 2018 la comunidad autónoma con más visitantes fue Cataluña con 20.045.330 y la que menos visitantes recibió fue La Rioja con 566.564, una diferencia abismal que denota la necesidad que tiene nuestro territorio de seguir diversificando la oferta e ir adaptándola a la demanda (ver anexo 3).

España, como el segundo país que más turismo recibe a nivel mundial, sigue destacando sobre todo por su turismo de sol y playa, aunque cada año se va incrementando nuestro potencial con otras tipologías de turismo diferentes tales como el turismo de salud, el turismo rural, el turismo cultural o el turismo de compras en las

grandes urbes. Nuestro territorio cuenta con un enorme potencial de recursos turísticos que cada vez es más valorado a nivel internacional, aun así, los datos siguen mostrando una gran diferenciación por territorios. No es un problema de fácil solución, pero nuestro país apuesta por una diversificación y especialización de su oferta para paliar los impactos negativos del turismo, teniendo como consecuencia un mejor equilibrio en el turismo en nuestro territorio, entre otros beneficios.

8. Desarrollo sostenible, hacia una nueva visión del turismo

El concepto de desarrollo sostenible surgió como consecuencia de la emergente preocupación de la sociedad por reducir el impacto que el desarrollo económico causa en el medio natural y en la sociedad, de manera que busca reducir los impactos negativos presentes y futuros que las actividades económicas causan sobre la calidad de vida y nuestro entorno natural. De esta manera se pretende además garantizar que las generaciones venideras puedan también disfrutar de nuestro planeta. El concepto de desarrollo sostenible contempla:

1.La sostenibilidad económica: fomenta la igualdad económica en nuestra sociedad, ya que se busca que la mayoría de los recursos económicos no se concreten en una pequeña parte de la población mientras existen personas sin recursos.

2.La sostenibilidad social: promueve el respeto entre las distintas culturas que coexisten en nuestro planeta, apoyando la diversidad cultural. Además, pretende la consecución de la mejora de la calidad de vida de las sociedades menos desarrolladas en las que no haya acceso a la educación y la sanidad.

3.La sostenibilidad ambiental: busca la conservación del entorno natural y la mejor utilización de los recursos naturales de los que disponemos ya que estos no son inagotables.

La OMT afirma que el turismo ha de tener en el concepto de sostenibilidad en cuenta, es decir, que han de contemplarse los impactos actuales y futuros que tiene la actividad turística sobre la economía, la sociedad y el medioambiente. “Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo” OMT.

Por ello defienden que el turismo sostenible tiene que hacer un buen uso de los recursos medioambientales conservando los recursos naturales y la diversidad biológica; también se ha de mantener la autenticidad sociocultural del destino turístico, conservando su patrimonio cultural e incentivando la tolerancia entre diferentes culturas. Además, se ha de asegurar que las actividades económicas ligadas al turismo sean viables a largo plazo, reportando unos beneficios bien distribuidos entre los diferentes agentes económicos que intervienen. Asimismo, se han de crear

un empleo estable el cual contribuya a la mejora del nivel de vida de la comunidad receptora.

El desarrollo sostenible del turismo implica la colaboración de todos los agentes implicados (diferentes administraciones, empresas, sindicatos etc.) que garantice un consenso entre todos ellos. La consecución de un turismo sostenible es un proceso continuo el cual requiere un seguimiento persistente en el tiempo para poder introducir las medidas correctivas o preventivas que se consideren necesarias, de ahí la importancia de los indicadores.

El turismo sostenible debe igualmente lograr un alto grado de satisfacción de los turistas, representando para éstos una experiencia significativa la cual les haga más conscientes de la relevancia de la sostenibilidad y fomente en ellos el uso de unas prácticas turísticas sostenibles. Como ya se señaló en el punto IV, el Plan de Turismo Horizonte 2020, tenía como uno de sus principales objetivos el lograr que nuestro sistema turístico sea más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social. Para dar continuidad a dicho objetivo de nuestro sistema en enero de 2019, el Gobierno de España hizo pública las directrices de la estrategia de turismo sostenible de España 2030.

8.1. Directrices para la Estrategia de turismo sostenible de España 2030

La secretaría de Estado de Turismo de España está desarrollando una estrategia nacional de turismo con el objetivo de enfrentar los desafíos del sector turístico a medio y largo plazo, para ello se ha de promover la sostenibilidad socioeconómica, medioambiental y territorial.

España, como uno de los líderes mundiales en turismo ha de mantener y ejercer su posición de liderazgo en un entorno global que está siempre en constante cambio. Es necesario orientar nuestro modelo de turismo hacia uno más sostenible y rentable, a la vez que se mantenemos nuestro liderazgo. La estrategia de Turismo sostenible 2030 realiza una aproximación de cómo sería nuestro entorno en 2030 y como podría afectar este al turismo a nivel global. En el año 2017 viajaron 1.322 millones de turistas alrededor del mundo, partiendo de los datos de crecimiento de los que se dispone se estima que en el año 2030 el número de visitantes alcanzará los 1.800 millones.

La población mundial aumentará a 8.600 millones de personas de las cuales el 85% vivirán en las economías emergentes, también se espera que la mayor parte de la población pertenezca a la clase media, lo cual afectará positivamente al turismo. Los recursos naturales seguirán siendo sometidos a un gran estrés en aumento debido al incremento demográfico y al cambio climático; la sobreexplotación de los recursos naturales causará cambios en el clima y el entorno, dichos cambios tendrán consecuencias en los destinos turísticos ya que podrían modificar aquello que los hace atractivos para los visitantes.

Gráfico 5. Número de turistas internacionales 2001-2019

Llegada de turistas internacionales a España entre 2001 y 2019



Fuente: Turespaña (2020)

El turismo es considerado hoy en día como parte del estilo de vida de las clases medias y altas, por lo que le afectan las nuevas tendencias del escenario global. Nuestro país, como uno de los principales destinos internacionales ha de seguir actuando para adaptarse a los nuevos parámetros del sistema turístico internacional.

Según el INE en 2019 España logró de nuevo, por séptimo año consecutivo batir su récord en número de turistas; recibimos 83,7 millones de turistas extranjeros, los cuales gastaron un total de 92.278 millones de euros. El turismo contribuye a la creación de empleo y riqueza en nuestro territorio, además es fundamental para el crecimiento del PIB.

Por otro lado, la demanda de turistas españoles dentro de nuestro territorio continúa en aumento. España fue elegido destino por el 81,1% de los viajes realizados por españoles en 2017, un 6,13% más que en 2016. En 2018 el 90,2 % de los viajes tuvo como destino principal a España.

El sector turístico no solo es estratégico para la economía del país, sino que es vital en el desarrollo de algunos de nuestros territorios. La actividad turística ha contribuido a la creación de empleo, ayudando a fortalecer la economía española y suponiendo el 12,4% de afiliados a la seguridad social española en 2019 con un total de 2.395.030 afiliados.

España ha conseguido acabar el 2019 con unos resultados muy buenos, aun así se cree que es el momento idóneo para replantear el modelo turístico actual ya que existe una necesidad de adaptación constante a un escenario que destaca por la innovación, el crecimiento y los continuos cambios en el comportamiento del mercado turístico. Después de casi medio siglo de crecimiento ininterrumpido a excepción de las crisis las de las cuales el sector ha salido reforzado, ahora toca plantear si nuestro modelo

turístico es capaz de mantenerse en crecimiento y si puede responder favorablemente a las necesidades del sector, de nuestros territorios y de nuestros ciudadanos. Es imprescindible asegurar que el sector disponga de las herramientas y recursos necesarios para poder adaptarse en todo momento a los cambios del entorno turístico.

La estrategia de Turismo 2030 realiza un análisis del sector turístico actual para poder analizar en qué situación se encuentra el sector e idear las mejores actuaciones que se deberían llevar a cabo para garantizar la sostenibilidad y crecimiento del turismo. Para ello se realiza un análisis DAFO el cual determina cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector turístico español.

a) Fortalezas

- Gran variedad de recursos turísticos naturales y de patrimonio histórico-cultural, tenemos el segundo país con más patrimonio declarado por la UNESCO, además España también es líder a nivel europeo por su número de espacios naturales protegidos.
- Buena climatología, excelente conectividad y proximidad geográfica con los principales países emisores de turismo.
- Liderazgo mundial en turismo vacacional unido a un excelente turismo de sol y playa
- Amplia oferta de entretenimiento y ocio y altos niveles de calidad.
- Alta fidelidad de los turistas extranjeros, el porcentaje de turistas que vuelven alcanza el 80%.
- Servicios públicos de gran calidad y buenos niveles de seguridad. Destacamos por la atención sanitaria.
- Buena infraestructura del transporte (aeropuertos, estaciones de tren, puertos, carreteras...).
- Los trabajadores de nuestro sistema turístico destacan por su profesionalidad.
- Crecimiento de la colaboración político-privada la cual es cada vez más experimentada.

b) Oportunidades

- Emergen nuevos segmentos de la demanda de mercado los cuales son cada vez más experienciales.
- Incremento de la demanda tanto nacional como internacional.
- Mejora de la conectividad.
- La elaboración de nuevos productos turísticos que se ofertan el entorno digital que facilita su promoción y consumo.
- Gran oferta turística en ciudades y en el medio rural que sigue en desarrollo.
- La aparición de mercados emergentes como el chino, los cuales demandan un producto diferente al de sol y playa, presentándonos una oportunidad de realizar una oferta atractiva para dichos mercados.
- La relevancia del sector turístico como vector de desarrollo económico.

- Dependencia del turismo de sol y playa, ya que aunque este producto funcione muy bien aún hay algunos territorios que se han quedado obsoletos y necesitan innovar para lograr que el turismo de sol y plata sea más eficaz y eficiente para no perder rentabilidad.
- La alta dependencia que tenemos de ciertos mercados; Reino Unido, Francia y Alemania ya que representan la mitad de los turistas internacionales que visitan España.
- La marcada estacionalidad de nuestro sector turístico, causada en parte por lo mencionado en los puntos anteriores.
- Algunos destinos urbanos presentan una gran saturación del espacio de los ciudadanos, provocando la subida de los alquileres en el centro, el rechazo hacia los turistas, especulación inmobiliaria entre otros problemas.
- Aunque se ha hecho un gran esfuerzo en reforzar y mejorar la oferta de turismo rural, aún no se ha consolidado como una alternativa viable en muchos territorios del interior
- Las pymes se van afectadas por la brecha digital, ya que muchas no son visibles en el mercado digital o no pueden satisfacer las peticiones del nuevo cliente internauta.
- La creciente precariedad en las condiciones laborales que ofrece el sector, dicha precariedad afecta sobre todo a las mujeres.

c) Debilidades

- Dependencia del turismo de sol y playa, ya que, aunque este producto funcione muy bien aún hay algunos territorios que se han quedado obsoletos y necesitan innovar para lograr que el turismo de sol y plata sea más eficaz y eficiente para no perder rentabilidad.
- La alta dependencia que tenemos de ciertos mercados; Reino Unido, Francia y Alemania ya que representan la mitad de los turistas internacionales que visitan España.
- La marcada estacionalidad de nuestro sector turístico, causada en parte por lo mencionado en los puntos anteriores.
- Algunos destinos urbanos presentan una gran saturación del espacio de los ciudadanos, provocando la subida de los alquileres en el centro, el rechazo hacia los turistas, especulación inmobiliaria entre otros problemas.
- Aunque se ha hecho un gran esfuerzo en reforzar y mejorar la oferta de turismo rural, aún no se ha consolidado como una alternativa viable en muchos territorios del interior.
- Las pymes se van afectadas por la brecha digital, ya que muchas no son visibles en el mercado digital o no pueden satisfacer las peticiones del nuevo cliente internauta.
- La creciente precariedad en las condiciones laborales que ofrece el sector, dicha precariedad afecta sobre todo a las mujeres.

d) Amenazas

- El gran cambio en la situación jurídica en Reino Unido provocado por el Brexit nos afectará ya que es nuestro principal mercado internacional.

- La recuperación del sector turístico de nuestros principales competidores en la zona del mediterráneo.
- La presión que realiza el sector sobre los recursos naturales, destinos e infraestructuras
- El cambio climático que afecta a los recursos hídricos, los destinos de costa y el clima (el cual es uno de los principales atractivos de nuestro país).
- La migración de la población del medio rural a las grandes urbes.

Se puede decir que el entorno es favorable y que, a pesar de las debilidades y amenazas de nuestro sector, el escenario presenta buenas oportunidades para los años venideros, aun así, es necesario tomar medidas actualmente que garanticen el éxito a largo plazo. Ahora es el momento en el que hay que realizar una planificación turística orientada a la sostenibilidad, haciendo que el turismo no sólo continúe progresando y sienta un sector estratégico para nuestra economía.

El nuevo modelo turístico sostenible ha de conservar la posición de España como uno de los principales líderes en el sector e incentivar al turismo a construir una sociedad más próspera, inclusiva e igualitaria acorde con los objetivos del desarrollo sostenible de las Naciones Unidas para 2030.

Es necesario que el éxito del sector se comience a medir más allá del número de turistas, número de pernoctaciones y gasto turístico, además de ello se ha de entender que la sostenibilidad no es sólo una condición moral, sino que también es una condición económica: “sin sostenibilidad, sencillamente no habrá turismo en el futuro”. La estrategia plantea un modelo turístico que se base en los siguientes principios:

- 1.Crecimiento socioeconómico.
- 2.Preservación de los valores culturales y naturales.
- 3.Beneficio social.
- 4.Participación del Estado.
- 5.Adaptación permanente.
- 6.Liderazgo.

Es importante remarcar que el objetivo principal de la nueva estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 es “sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, que nos permita mantener su posición de liderazgo mundial. El nuevo modelo, estará apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos, y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo”. Esta estrategia también estará organizada en ejes estratégicos al igual que el Plan de Turismo horizonte 2020 lo estuvo. Se pueden sintetizar dichos ejes de la siguiente manera:

1.Eje gobernanza colaborativa: la administración del Estado ha de dirigir los cambios del modelo e incentivar la colaboración entre Estado, CC. AA y entidades locales en todo momento. La futura estrategia de Turismo sostenible solo se podrá llevar a cabo a través de la colaboración de todas las administraciones.

2.Eje crecimiento sostenible: el sector turístico como motor económico y social ha de promover el desarrollo sostenible en todo el territorio español, contribuyendo a un reparto de la riqueza y prosperidad más equitativo entre los distintos territorios y ayudando a frenar la despoblación que existe ya en determinadas zonas rurales. También se ha de continuar promoviendo la promoción y protección del patrimonio natural y cultural y a la mejora de la calidad de vida de la población. Es fundamental contar con la tecnología como una aliada que contribuirá a estimular la evolución del modelo hacia uno más sostenible.

3.Eje transformación competitiva: Es muy importante que España mantenga la exigencia competitiva que tiene, para ello ha de continuar adaptándose al mercado cambiante en el que nos encontramos. La estrategia de Turismo ha de impulsar todos aquellos mecanismos que vayan orientados a aumentar el PIB del Turismo, por ello se planificará una estrategia que fomente la transformación del sector a nivel competitivo.

4.Eje espacio turístico, empresas y personas: Nuestro territorio, nuestras empresas y nuestra población han de acomodarse a la nueva configuración del mercado y a la tendencia de un consumo cada vez más responsable. El cambio en los comportamientos y expectativas de los turistas tiende hacia la aparición de nuevos sectores de demanda y a la mejora de la experiencia turística., por ello es muy importante prestar atención a todos y cada uno de los sectores emergentes y ofertar a nuestros visitantes una experiencia turística a la altura de sus expectativas.

5.Eje producto, marketing e inteligencia turística: aunque España sea líder turístico en el turismo de sol y playa, no lo es en otros productos como el turismo cultural o el turismo de compras que tanto atrae a nuevos segmentos del mercado los cuales buscan experiencias más especiales y realizan un mayor gasto turístico. Es debido a esto que ha de mantenerse el liderazgo en turismo de sol y playa mientras se diversifica la oferta de otras tipologías de turismo como el ecoturismo, el turismo de aventura, el turismo de interior o el turismo gastronómico. Para vencer a la estacionalidad hemos de esforzarnos en atraer a los turistas internacionales que busquen un turismo altamente experiencial y que tengan motivaciones diversas para así facilitar la redistribución del turismo en nuestro país durante todo el año.

Se considera que es importante incentivar la promoción de la marca España y mejorar el marketing de ésta. La labor de Turespaña ha de enfocarse en la diferenciación estratégica en los mercados europeos maduros y en los lejanos que se encuentran en expansión, dando a conocer la gran riqueza turística de España.

La nueva estrategia de Turismo sostenible España 2030 tiene como principal objetivo marcar las bases que debería seguir el sector turístico español en los próximos diez años, para ello es necesario sentar las bases para la transformación dirigidas a crear un modelo de turismo más sostenible el cual nos permita no solo mantener, sino que mejorar nuestra posición de líderes en materia de Turismo.

Las directrices de las políticas administrativas y de las empresariales deben favorecer el crecimiento económico, la conservación del entorno natural y cultural, el reequilibrio del sector turístico, la adaptación continua de la oferta, la gobernanza y participación de todos los agentes que intervienen en el turismo y la modernización del sector.

8.2. Sostenibilidad y turismo rural

El desarrollo del turismo en espacios rurales lleva consigo una serie de riesgos en cuanto a sostenibilidad se refiere, es por ello que son numerosos los especialistas que defienden que es necesario promover el turismo rural de manera que se tenga en cuenta la protección del patrimonio natural y cultural a la vez que se mejora la calidad de vida de la población receptora de este tipo de turismo.

Según Varela. C y Martín. F (2010) se pueden distinguir tres tipos de Espacios rurales en el territorio español:

1. “Las zonas rurales dinámicas, periurbanas o con un entorno natural atractivo, sometidas a un proceso de expansión urbana que puede suponer la pérdida del carácter rural y exige el control del uso del suelo”.

2. “Las zonas rurales intermedias, de economía diversificada o de perfil agrario modernizado y una población estable”.

3. “Las zonas rurales profundas, que conservan su carácter rural, constreñidas por el declive de la agricultura y la despoblación, en donde es necesario soslayar la excesiva dependencia respecto a estructuras monosectoriales arcaicas”.

El fomento del turismo rural en España se originó en la necesidad de desarrollar las áreas rurales que se encontraban (y aún se encuentran) en crisis, de ahí que en los últimas décadas las administraciones públicas se hayan esforzado en apoyar el desarrollo del turismo rural, buscando con ello la diversificación de la estructura productiva de estas áreas. La variedad de espacios rurales demanda la planificación de estrategias diferenciadas, las cuales tengan en cuenta los recursos de los que disponen cada una de ellas, así como sus fortalezas y debilidades. Además, se han de fomentar las actuaciones dirigidas hacia la creación de infraestructuras que contribuyan al desarrollo endógeno.

Los problemas de sostenibilidad del turismo español se debieron a factores como la falta de planificación turística la cual tuviera en cuenta la sostenibilidad a largo plazo, la creación de oferta de alojamiento y restauración por encima de la demanda, la falta de una normativa específica a nivel local en determinadas zonas o la saturación estacional debida a una afluencia masiva de turistas en algunos destinos rurales entre otros. Existen en nuestro territorio, una variedad de situaciones en las diferentes zonas rurales:

1. Destinos de turismo rural emergente, las cuales se encuentran en una fase inicial en la que la oferta aún es básica.

2. Destinos los cuales se orientan hacia la creación de una oferta complementaria a la que tienen actualmente.

3. Destinos encauzados en transformar su oferta en una oferta de calidad, buscando una mayor competitividad.

4. Destinos maduros, en los que aparecen problemas cíclicos relacionados con la capacidad de carga y la masificación.

Es debido a la complejidad de la situación del turismo rural en España, que se hace necesaria una mayor y mejor planificación de los destinos rurales a nivel local, ya que al ser tan dispar la situación en los diferentes destinos, es más viable centrarse en una

gestión personalizada para cada destino. Es necesario que esta planificación se realice siguiendo las pautas de sostenibilidad ya mencionadas anteriormente.

9. Miras al futuro: previsiones de la repercusión de los impactos del turismo en la sociedad española

La industria turística es una de las principales industrias de nuestro país, lo cual ha creado ciertos problemas de rechazo hacia los turistas en determinados puntos turísticos como Madrid, Barcelona (Canto, 2016) o la Comunidad Valenciana entre otros. Este rechazo es debido en parte a las conductas que tienen algunos turistas en ciertas ocasiones: beben demasiado, ensucian las calles, hacen ruido que molesta a los vecinos de los alojamientos turísticos etc. También hay otros impactos que disgustan a la comunidad local como la subida de los alquileres en los focos turísticos o la subida generalizada de precios en supermercados, tiendas y restaurantes.

El doctor en Antropología (Milano. C, 2017) se muestra a favor de evitar que los residentes se sientan invadidos, por ello sugiere que lo mejor sería implantar un nuevo modelo en el que se alcance la paz entre los turistas y los residentes para que así éstos no sientan que les están quitando su terreno y que se está desvirtuando su territorio, hay que inclinarse por un modelo turístico sostenible que contemple el bienestar de la sociedad receptora de turismo.

El aumento del número de apartamentos turísticos y la dificultad para controlar la legalidad de éstos está siendo un problema tanto en las grandes ciudades como en las zonas costeras. Algunos puntos de nuestro país como Madrid, Barcelona y Andalucía han llevado a cabo una amplia regulación para este tipo de alojamientos, poniendo una amplia lista de requisitos para lograr su regularización, limitando el número de licencias para garantizar la paz hacia los vecinos de estas localidades. Aun así, a pesar de dichos esfuerzos la realidad refleja que muchos apartamentos continúan ejerciendo su actividad en páginas como Airbnb a pesar de no tener licencia como apartamentos turísticos. Por ejemplo, en Barcelona se estima que hay cerca de unos 8.000 apartamentos turísticos ilegales, una cifra bastante cercana a la de apartamentos legales (9.670). La industria hotelera sigue en su lucha para defender a los hoteles frente a los apartamentos turísticos, a los cuales consideran una competencia desleal.

España requiere de una mejora en la planificación turística que nos permita vivir con el turismo y no vivir solo del turismo, actualmente debido a la crisis iniciada por la pandemia del covid-19 son muchos los artículos y columnas de opinión de quienes critican la gestión turística del país. Muchos de estos autores opinan que es necesario mejorar la planificación y gestión del turismo. Por esto proponen aumentar el apoyo hacia otras industrias para que, si en debido momento alguna industria cae debido a una crisis, las demás puedan ayudar al país a no sumergirse en una crisis económica.

9.1. El impacto del turismo de masas

Como bien se ha expuesto en los puntos anteriores, España es líder a nivel internacional en lo que al turismo se refiere. La modalidad de turismo más exitosa en nuestro sector turístico es el turismo de sol y playa, tipología de turismo estrechamente relacionada con el turismo de masas; este fenómeno turístico ha acarreado además de innumerables aportaciones una serie de daños hasta cierto punto irremediables” (Martínez. D, 2016).

Históricamente el turismo experimentó un gran crecimiento desde los años 60, crecimiento en el que se consolidó el turismo de sol y playa dejando como consecuencia no sólo un gran crecimiento económico en las áreas en las que se desarrolló, sino que también problemas como la sobreexplotación urbanística, la sobreexplotación de recursos naturales, el problema de la gestión de residuos entre otros manifiesta (Franco y García, 1999).

Imagen 3. Playa de Benidorm en temporada alta.



Fuente: Radio Televisión Española (RTVE).

Actualmente se buscan soluciones que ayuden a repetir los errores ya cometidos en el desarrollo del turismo, de acuerdo con (García, 2017) existe una gran necesidad de fomentar herramientas que analicen, prevengan y corrijan la masificación turística. Algunas de las soluciones que se dan para evitar dicha saturación turística son las siguientes:

1. Estrategias de Precios: los precios pueden ser un instrumento muy útil a la hora de alcanzar niveles sostenibles de demanda. Los precios de las atracciones turísticas

suelen ser más altos en la temporada alta, esto puede condicionar a algunos viajes a viajar en épocas de año menos saturadas. Es por ello por lo que se ha de incentivar que este tipo de turistas aumente promocionando el turismo cultural, gastronómico, rural etc.

2. Mejorar el marketing turístico español: recientemente se ha incrementado el apoyo al demarkinting el cual busca la reducción de la publicidad en favor de invertir parte de los fondos que se emplean en marketing a favor de la planificación turística y así mejorar la gestión que se está llevando a cabo. Una forma eficaz de poder reducir la promoción sin que esto afectase negativamente al turismo sería afinar los perfiles de los visitantes que se quieren atraer, definiendo de forma más precisa el público objetivo de dicha promoción y atrayendo a los segmentos de mercado deseados. También se apuesta por un marketing más realista, que no de una imagen errónea de lo que se encontrará el turista al llegar, ya que de esta forma se pierden visitantes que se habrían podido fidelizar con nuestros destinos. Se insiste en que no hay que crear una demanda en masas si no está garantizado que la visita se pueda realizar de forma sostenible.

3. Controlar el acceso de visitantes: hay destinos que presentan una gran problemática debida a la saturación, se atraen turistas sin limite alguno para después prohibir el acceso cuando hay demasiados visitantes, lo cual causa en el turista una experiencia negativa lo cual no favorece para nada nuestros destinos. Antes de tomar medidas de control que den una mala imagen del destino, es más acertado tomar una acción preventiva de control de los accesos.

4. Redistribuir el turismo: es necesario buscar formas de esparcir el turismo, se ha de atraer a los visitantes de los principales focos hacia otros lugares de interés turístico para así evitar una sobresaturación turística. Además, también es muy importante combatir la alta estacionalidad de determinados destinos.

5. Emplear los indicadores adecuados: el estado del sector se duele medir con indicadores como el número de pernотaciones o el número de llegadas de turistas internacionales, estas estadísticas nos indican cómo se encuentra el sector, pero no nos hablan sobre los impactos del turismo. De ahí la importancia de seguir las indicaciones del sistema europeo de indicadores turísticos para medir los impactos del sector en nuestro territorio

6. Conservar el control del regional del turismo: una parte considerable del negocio que genera el sector turístico está en manos de inversores y empresas internacionales, lo cual dificulta que la comunidad local pueda controlar el desarrollo del turismo. Es importante fomentar un poder local fuerte y proactivo.

7. Colaboración más fuerte entre los distintos niveles de la gestión turística: aunque los gobiernos municipales juegan un papel muy importante en la gestión turística, el crecimiento y desarrollo del turismo no está sólo en sus manos. Los ayuntamientos no pueden influir en el tráfico de aeropuertos o cruceros, por ejemplo, son los gobiernos regionales y nacionales quienes toman este tipo de decisiones que, muchas veces difieren de las prioridades a nivel local de los destinos.

En lo referente a la gestión de residuos en el destino, hay estudios que reflejan lamentablemente este es un problema que todavía se escapa del control de las

autoridades. El turismo es una gran fuente de ingresos y empleo, sin embargo, en las épocas del año en las que el turismo se concentra (temporada alta) las infraestructuras encargadas de la gestión de residuos no dan abasto. A pesar de que las autoridades competentes realizan un gran esfuerzo en esta materia, hay periodos del año en los que debido al turismo la gestión se vuelve muy complicada, de ahí la importancia de hacer frente al incremento de residuos originado por el turismo empezando por la educación al turista al que hay que inculcarle el respeto por el medio al que visita. También es necesario poner a disposición de los visitantes y ciudadanos más papeleras ya que muchos tiran los residuos al suelo por la pereza de caminar hacia un contenedor. Además, hay que insistir en la importancia del reciclaje, poniendo a disposición más carteles explicativos de cómo funciona este sistema por colores.

Imagen 4. El problema de gestión de residuos.



El turismo dispara un 161% la generación de residuos en Ibiza y Formentera | Foto: Periódico de Ibiza

Fuente: Periódico de Ibiza (2019)

Asimismo, es de vital importancia tener en cuenta la gestión de residuos en el medio natural (playas, montañas, mares) es por ello por lo que del año 2014 al 2020 se ha llevado a cabo el proyecto europeo Interreg Med Blue Islands en las islas del mediterráneo. En este proyecto se han recopilado datos relacionados con la cantidad y composición de los desechos generados durante un año y la correlación entre los desechos generados y el número de turistas. Además, se ha examinado la presencia de basura en el entorno costero, tan solo en Mallorca se han recogido un total de 95.000 residuos, la mayoría (un 78%) son plásticos. En base a esto se formulará una herramienta multidimensional que contará con planes de acción a través de ellos cuales se puede abordar la problemática de la gestión de residuos de manera más efectiva. Finalmente se realizará un informe final en el que se incluyan todos los datos recopilados, en el que se mostrará las formas más eficientes de convertir este

problema en una herramienta para impulsar el establecimiento de economías circulares mientras se preserva y perpetua el turismo sostenible. Este es un gran ejemplo de cómo se debe incentivar la mejora en la gestión de residuos en el medio natural.

De igual manera, es significativo mencionar el impacto del turismo en cuanto a la gestión de las aguas y la contaminación del aire. Tal y como sostiene Sotelo, M (2018), las ciudades con mayor presencia del sector servicios, en el que incluimos al turismo, presentan un mayor consumo de agua, a la vez que reflejan mayores emisiones de CO₂. Es por ello que es tener estos estudios en cuenta a la hora de realizar la planificación turística tanto a nivel local, regional y estatal, defendiendo a la huella hídrica como indicador clave para la gestión de los recursos hídricos y realizando acciones que ayuden a reducir las emisiones de CO₂ a la vez que se incrementa la eficiencia energética.

9.2.Tendencias del Turismo en el s. XXI

El turismo se encuentra dentro un proceso de transformación de la oferta y la demanda turística, en el que una de las tendencias más fuertes es referida hacia la mejora de la calidad turística, incluyendo incluso a aquellos segmentos del mercados los cuales actualmente no son muy exigentes (Álvarez. A, s.f).

Según Álvarez, A (s.f) las tendencias más marcadas del turismo español son:

- 1.Una mayor globalización del turismo, cada vez son más los turistas con deseos de viajar y de conocer destinos lejanos.
- 2.Aumento del uso de la tecnología, desde la promoción del turismo, la elección del destino o la compra.
- 3.Mayor comunicación por parte de los clientes, a través de los nuevos sistemas de opinión que van cada vez más en aumento, en la mayoría de los portales de opinión este sistema es bilateral.
- 4.Segmentación del mercado cada vez mayor, ya que cada vez los turistas son más diferentes entre sí y más exigentes en lo que a calidad se refiere.
- 5.Búsqueda de nuevos tipos de turismo o de lugares poco explotados.
- 6.Mejora del marketing turístico por parte de los diferentes países, regiones y localidades ya que la competencia es cada vez mayor debido a los destinos emergentes.
- 7.Mejora de la sostenibilidad ambiental y cultural como parte del marketing social.

Las tendencias del turismo están siendo alteradas actualmente debido a la incertidumbre provocada por la pandemia del SARS-Cov-2 (virus causante del Covid-19) que acecha a nuestra sociedad, como ya se vio afectado el turismo en Asia debido a la epidemia causada por otro coronavirus, el SARS en el año 2003. El turismo, a nivel internacional ha caído estrepitosamente ya que de momento no se puede asegurar la protección de la población. Algunos epidemiólogos apuntan a que esta situación será solventada en dos o tres años, pero es algo que hoy en día ningún experto de ningún campo puede asegurar.

Se espera que, una vez superada esta situación, en cuanto se pueda garantizar la seguridad de la población a nivel internacional, las tendencias de las que se ha hablado en este punto sigan su curso y el turismo se recupere, tanto en España como en el resto del mundo. Aun así no se puede negar que este ha sido un golpe muy duro para España ya que como ya se ha expresado con anterioridad, la aportación del turismo al PIB español es bastante grande y esto ha causado estragos en la economía española.

Las tendencias del turismo también se pueden ver alteradas debido a factores de distinta índole, los cuales no hayan podido ser previstos tales como desastres naturales, guerras, ataques terroristas entre otros ejemplos.

10. Conclusiones

Este estudio ha pretendido presentar de manera amplia el impacto socioeconómico del turismo en España, para ello se ha visto de manera resumida cuál ha sido la evolución del turismo en nuestro país para así poder analizar si realmente se ha conseguido reducir algunos de los impactos negativos del turismo en nuestra sociedad.

Tras la presente investigación podemos obtener las siguientes conclusiones:

A pesar de que tanto la administración central como las administraciones locales han ido rectificando y mejorando la planificación turística, aún queda mucho camino por delante. Sobre todo, en lo referente a la diversificación del modelo turístico que pretende atraer a nuevos nichos de mercado los cuales nos ayuden a frenar la estacionalidad de nuestro turismo y dar una solución parcial a los desequilibrios territoriales en cuanto a recepción del número de turistas.

Si logramos que la marca España sea menos estacional, conseguiríamos unos niveles de empleo más estables en el tiempo, lo que reforzaría la economía española al ser el sector turístico uno de los más fuertes en nuestro país.

Es necesario que dentro de la gestión turística se preste más atención a fenómeno de la turismofobia, ya que si no se hace algo ahora para reconciliar a los residentes con el turismo las dimensiones de este problema pueden llegar a ser preocupantes. Hoy en día se pueden ver numerosos artículos de prensa y entrevistas a vecinos que muestran la gravedad de este fenómeno en ciudades como Madrid y Barcelona.

Es de vital importancia que las administraciones locales se centren en cómo rediseñar la gestión de residuos en todo el territorio español, siguiendo el ejemplo de las Islas Baleares.

Es clara la tendencia del turismo a nivel internacional hacia un modelo más sostenible, el mundo es consciente de que la sostenibilidad es la única manera de desarrollo posible en un mundo ya sobreexplotado, de ahí los esfuerzos de España por diseñar sus últimos planes en turismo en torno al concepto de la sostenibilidad, lo cual es muy positivo, pero no debe ser el único centro de la planificación turística ya que todos y cada uno de los impactos negativos del turismo merecen atención.

11. Bibliografía

- Altamira Vega, R y Muñoz Vivas, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, pp. 667-710.
- Álvarez Sousa, A. s.f. *Cambio social y turismo: tendencias del turismo en el siglo XXI*. Universidad de A Coruña.
- Aurioles, J. (2011). Crisis económica y cambios en el turismo. *Revista Mediterráneo Económico*, pp. 99-113.
- Azcué Vigil, I, Cruz, G y Varisco, C. (2018) *Los impactos económicos del turismo*. Universidad Nacional de Mar de Plata.
- Bautista, R. (2016). Organización territorial y desequilibrios regionales. Disponible en: <https://es.slideshare.net/rociobautista/ud10-organizacin-territorial-y-desequilibrios-regionales> [Consultado 23 March 2020].
- Beas Secall, L. (2012) *Los planes de excelencia turística en España (1992.2006). Una apuesta por la revitalización de los destinos. Revisión de su implantación e impactos*. *Revista Scripta Nova*, Vol 16, 411.
- Brunet Estarellas,P.,AlmeidaGarcía,F.,Coll López, M y Monteserín Abella, O. (2005). Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 39, pp 201-226
- Comisión Europea. (2016). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*. Disponible en: file:///C:/Users/tutis/Downloads/ETIS_Toolkit_ES.pdf [Consultado 3 April 2020].
- Franco Aliaga, T. (1990). Los desequilibrios regionales en España. *Espacio, Tiempo y Forma*, 6, pp. 13-40.
- Franco Aliaga, T y García Guillén. (1999). Los impactos del turismo. *Revista Espacio, tiempo y forma*, 7, pp. 43-56.
- Hosteltur. (2018). Empleo y género en el sector turismo de España. Disponible en: https://www.hosteltur.com/lat/127700_empleo-genero-sector-turismo-espana.html [Consultado 17 April 2020]
- García, C. (2017). 7 soluciones para la masificación turística. Disponible en: <https://www.carlogarciaweb.com/masificacion-turistica-soluciones/> [Consultado 17 May 2020]
- Gómez Bruna, D y Martín Duque, C. (2018). Los impactos del turismo en España: Diferencia entre destinos de sol y playa y destinos de interior. *Revista Cuadernos de Turismo*, 43, pp. 325-347.
- Instituto Geográfico Nacional, (2020). *Desequilibrios territoriales*. Disponible en: https://www.ign.es/espmapi/desequilibrios_eso.htm [Consultado 5 June 2020]
- Milano, C. (2007). Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Revista de la Taula Veïnal d'Urbanisme de Barcelona*, 3, pp. 6-8.
- Ministerio De Industria, Comercio y Turismo. (2019). *Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2013*. Disponible en: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf> [Consultado 14 Mayo 2020]

- Ministerio De Industria, Energía y Turismo. (2010). Plan Nacional e Integral de turismo (PNIT) 2012-2015. Disponible en: <https://turismo.gob.es/es/servicios/Documents/Informe-Final-PNIT.pdf> [Consultado 2 May 2020]
- Ministerio De Industria, Energía y Turismo. (2015). Medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente. Disponible en: <https://www.thinktur.org/media/EOI-Impacto-turismo-2015.pdf> [Consultado March 2020]
- Ministerio De Industria, Turismo y Comercio. (2007). Plan de Turismo Español Horizonte 2020. Madrid.
- Muñoz Benito, R. (2016) El turismo como sector estratégico en las etapas de crisis y desarrollo de la economía española. *Revista International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2, pp. 81-115.
- Nieto González, J., Román Sánchez, I y Bonillo Muñoz, D. (2016). La crisis económica y el turismo internacional en España. *Revista International Journal of Scientific Managment Tourism*, 2, pp. 271-283.
- Organización Mundial Del Turismo. (2020). Desarrollo sostenible. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/desarrollosostenible#:~:text=Por%20lo%20tanto%2C%20el%20turismo,naturales%20y%20la%20diversidad%20bio%20C3%B3gica>. [Consultado 29 Mayo 2020]
- Pellejero Martínez, C. (2002). La política turística en la España del siglo XX: una visión general. *Revista Historia Contemporánea*, 25, pp. 223-265.
- Picornell, C.: Los impactos del Turismo, 1993. *Papers de Turisme*, 11, pp. 65-91.
- Quintero Santos, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Revista Anales del Museo de America*, 12, pp. 263-274.
- Sánchez Dominguez, M.: (2004). Los desequilibrios territoriales de España. *Revista Ciudad y Territorio*, 140, pp. 317-336.
- Sotelo Pérez, M. y Sotelo Navalpotro, J.A. (2019). La contaminación atmosférica y su impacto sobre las actividades turísticas, en Madrid. *Cuadernos de turismo*, ISSN 1139-7861, N°. 44, págs. 381-411
- Sotelo Pérez, M. et alii (2018) From Growth to Development: Spanish Cities and their “Water Footprint”. *Revista International Journal of Business and Social Science*, 7, vol 9.
- Sotelo Pérez, M., Sotelo Navalpotro, J.A. y Sotelo Pérez, M. (2015). Territorio y Sostenibilidad: algunos problemas medioambientales en España. M+A. *Revista Electrónica@ de Medio Ambiente*. Volumen 16. Número 1. Págs 45 a la 79.
- Turespaña. (2020). Indicadores coyunturales turísticos. Disponible en: <http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/Paginas/indicadoresturísticos.aspx> [Consultado 29 Mayo 2020]
- Vázquez Varela, C y Martiín Gil, F. (2010). Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España. *Revista Anales de Geografía*, 31, pp. 171-194.
- Velasco Gonzalez, M. (2008). Evolución de los problemas del turismo español. La Administración General del Estado como analista y los Planes públicos como indicadores (1952-2006). *Revista Papers de Turisme*, 43, pp. 7-31.

12. Anexos

Anexo 1. Ingresos, saldos y pagos de la Balanza de pagos.

Balanza de pagos turística española (mill €)			
Año	Ingresos	Pagos	Saldo
2000	33.655	5.962	27.693
2001	36.705	6.670	30.035
2002	35.902	7.761	28.141
2003	37.802	8.095	29.707
2004	39.369	9.878	29.491
2005	41.930	12.230	29.700
2006	44.561	13.369	31.192
2007	46.288	14.466	31.822
2008	46.446	13.954	32.492
2009	42.718	12.248	30.470
2010	44.376	12.786	31.590
2011	48.451	12.493	35.958
2012	49.280	12.011	37.269
2013	51.589	12.360	39.229
2014	53.882	13.571	40.311
2015	56.310	15.722	40.588
2016	60.351	16.996	43.355
2017	66.683	19.611	47.072
2018	69.024	22.692	46.332
2019	71.205	24.921	46.284

Fuente: Elaboración propia, a partir del IN y del IET (2020).

Anexo 2. Llegadas internacionales (millones de turistas).

Año	Turistas (M)
1960	5,17
1970	21,27
1980	22,5
1990	33,9
2000	47,9
2010	52,7

Fuente: Elaboración propia, a partir del IN y del IET (2011).

Anexo 3. Viajeros Entrados por Comunidad Autónoma.

Año	Viajeros entrados por comunidades Autónomas (Encuesta ocupación hotelera)																
	Andalucía	Aragón	Asturias	I. Baleares	Canarias	Cantabria	Cast. y León	Cast-La Mz	Cataluña	CV. Valencia	Extremadura	Galicia	CMadrid	Murcia, Re	Navarra, C	País Vasco	La Rioja
2018	18.838.408	2.912.228	1.762.929	10.322.809	9.743.578	1.284.569	4.930.541	2.247.647	20.045.330	8.978.688	1.443.246	4.206.679	12.436.259	1.315.630	1.034.834	3.099.011	566.564
2015	16.685.270	2.404.695	1.665.322	8.833.484	8.635.237	1.074.282	4.559.681	1.963.232	17.686.356	7.757.385	1.277.940	4.086.190	11.162.387	1.100.370	923.255	2.682.937	586.451
2012	14.451.587	2.028.776	1.338.278	8.461.855	7.679.636	1.030.194	3.927.116	1.764.436	16.236.942	6.933.752	1.196.274	3.216.346	9.833.342	1.010.538	796.053	2.431.658	501.954
2009	14.205.605	1.991.757	1.403.955	7.075.295	6.496.228	1.102.497	4.196.189	1.970.296	14.031.275	6.906.483	1.141.748	3.399.456	8.838.591	1.005.997	709.839	2.047.253	497.372
2006	15.608.609	2.121.294	1.523.044	8.359.872	6.810.235	1.180.505	4.249.103	2.084.181	14.252.875	7.653.348	1.113.056	3.599.222	8.645.574	1.168.490	751.987	2.090.908	524.689
2003	11.852.348	1.853.106	1.086.590	6.703.023	4.870.385	935.642	3.649.661	1.788.369	10.775.039	5.650.216	996.807	3.051.386	5.751.719	882.775	558.374	1.575.278	446.247
2000	11.168.121	1.763.551	1.050.779	6.687.570	4.900.735	896.334	3.579.058	1.846.958	10.163.320	4.498.623	1.099.789	2.528.437	5.781.170	767.393	565.869	1.479.605	406.464

Fuente: Elaboración propia, a partir del INE (2019).