



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

**DIMENSIONES DEL TURISMO CON
ESPECIAL INCIDENCIA EN SUS
IMPACTOS ECONÓMICOS, SOCIO-
CULTURALES, URBANÍSTICOS Y
AMBIENTALES.**

ALICIA ROSA SIERRA

JULIO, 2015

ÍNDICE

1. RESUMEN.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	4
3.OBJETIVOS.....	5
4. DEFINICIÓN DE TURISMO Y OCIO.....	5
5. HISTORIA DEL TURISMO.....	6
5.1. Los inicios del turismo y su relación con el ocio a través de la historia (Primera etapa).....	6
5.2. El turismo en el siglo XIX y siglo XX (Segunda etapa).....	13
5.3. El turismo de masas: Período del boom 1945-1990 (Tercera etapa).....	15
5.4. Turismo de nueva era (Cuarta etapa).....	16
5.4.1. Turismo cultural.....	18
5.4.2. Turismo de naturaleza.....	20
5.4.3. Turismo activo.....	21
5.4.4. Turismo de negocios.....	22
5.5. Evolución histórica del sistema de transporte.....	22
6. ¿QUÉ ES UN IMPACTO TURÍSTICO?.....	24
6.1. Definición.....	24
6.2. Tipos de impactos.....	24
6.2.1. Impactos económicos.....	24
6.2.2. Impactos socioculturales.....	30
6.2.3. Impactos urbanísticos.....	37
6.2.4. Impactos ambientales.....	38
7. CONCLUSIONES.....	45
8. BIBLIOGRAFÍA.....	50

1. RESUMEN.

El presente trabajo se centra en describir la importancia que tienen los impactos que provoca el turismo en todas sus variantes (socioeconómicas, culturales, urbanísticas y ambientales). En primer lugar, comenzamos haciendo una descripción general de lo que es el turismo así también como un resumen de cada una de las distintas etapas en las que se ha ido desarrollando la historia del turismo y el ocio desde sus inicios en lo más recóndito de la historia, hasta la última etapa de éste, donde analizaremos las nuevas tendencias turísticas ya en el considerado turismo de nueva era. En segundo lugar, pasaremos a ver y explicar detenidamente cada uno de los impactos mencionados anteriormente generados a causa del turismo, citando tanto los impactos positivos como los negativos. Finalmente, pasaremos a citar las conclusiones que he recopilado tras la elaboración del presente estudio. Con este trabajo pretendo concienciar de la importancia que tiene medir los impactos del turismo para intentar que todos ellos sean positivos y tratar de reducir los negativos para que la experiencia turística del viajero sea una experiencia turística de calidad.

RÉSUMÉ.

Ce travail se focalise sur la description de l'importance qu'ont les impacts que le tourisme provoque dans toutes ses variantes (socioéconomique, culturelle, urbain et environnemental). En premier lieu, nous commencerons par faire une description générale de ce qu'est le tourisme ainsi qu'un petit résumé de l'histoire du tourisme et du loisir depuis ses commencements dans le plus grand secret de l'histoire jusqu'à la dernière étape de celui-ci où nous analyserons les nouvelles tendances touristiques déjà dans le tourisme réfléchi de nouvelle ère. En deuxième lieu, nous nous mettrons à voir et expliquer attentivement chacun des impacts mentionnés antérieurement générés à cause du tourisme, en citant aussi bien les impacts positifs comme les négatifs. Avec ce travail j'essaie de faire prendre conscience de l'importance de mesurer les impacts du tourisme pour faire en sorte que tous soit positif et réduire un maximum les négatifs pour que l'expérience touristique du voyageur soit une expérience touristique de qualité.

2. INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo lleva por título " Dimensiones del turismo con especial incidencia en sus impactos socioeconómicos, socioculturales, urbanísticos y ambientales".

Los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, una interacción que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, el área de destino y su población. Precisamente esos impactos están asociados a una capacidad de carga que es quien determina los costes y beneficios del desarrollo del turismo. Por lo tanto las actividades turísticas deben enmarcarse dentro del llamado turismo sostenible. Para poder garantizar la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales y la diversidad biológica de los destinos turísticos.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Consecuencia directa de todo esto, es la diversidad de tipologías turísticas que hoy en día encontramos en el mundo, tipos de turismo únicos en la zona o que bien conviven con la modalidad turística por antonomasia, el turismo de sol y playa, si bien esta modalidad se encuentra ya en su fase final de madurez, optándose por la diversificación en otras tipologías como bien hemos dicho antes, tipologías que analizaremos más adelante.



3. OBJETIVOS

Los objetivos que se persiguen alcanzar con este trabajo son los siguientes:

- ✚ Tras definir el concepto de turismo y ocio, conocer el inicio y recorrido del mismo para ver sus cambios, evoluciones y tendencias, así como su relación con el ocio.
- ✚ Conocer la definición de impacto turístico.
- ✚ Estudiar en profundidad los impactos que genera el turismo en todas sus variantes.
- ✚ Señalar qué tendencias turísticas de las mencionadas anteriormente se deberían promocionar más debido a los beneficios que generarían, además de elaborar una serie de propuestas para tratar de reducir los impactos negativos y por el contrario intentar aumentar los impactos positivos.

4. DEFINICIÓN DE TURISMO Y DE OCIO.

A lo largo del pasado siglo, muchas han sido las definiciones que se han intentado dar de turismo, si bien, muchas de ellas quedan incompletas u obsoletas con el paso del tiempo. Por ellos, para definir qué es el turismo probablemente nada mejor que citar la definición dada por la organización más importante del sector, la Organización Mundial del Turismo:

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes). Es importante destacar el hecho de que no todas las personas que visitan un destino pueden ser considerados turistas, sino que hay que hacer una diferencia clara entre lo que es un excursionista y un turista propiamente dicho dependiendo de si pernocta o no.

Además dependiendo del lugar de origen de las personas que realizan la actividad, se pueden establecer tres formas básicas de turismo:

- ✚ Turismo interior: El realizado por los viajeros residentes dentro de su propio país.
- ✚ Turismo receptor: Realizado por los visitantes extranjeros en un país de referencia.
- ✚ Turismo emisor: Realizado por los turistas residentes fuera de sus fronteras.

Ahora bien, para la definición de ocio vamos a centrarnos en el concepto del sociólogo Dumazedier¹ que sostiene que éste sería:

“Un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria, sea para descansar, sea para divertirse, para desarrollar su conocimiento o su formación desinteresada, su participación social voluntaria, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales.”

5. LA HISTORIA DEL TURISMO.

La historia del turismo comprende tres grandes etapas que culminan tras la finalización de las mismas en el turismo de nueva era. Finalmente, se traza la trayectoria histórica experimentada en el sistema de transporte, que ha ido inherente a las tres etapas del turismo y que sigue todavía su evolución en el turismo de nueva era.

5.1. LOS INICIOS DEL TURISMO Y SU RELACIÓN CON EL OCIO A TRAVÉS DE LA HISTORIA (PRIMERA ETAPA).

Sin duda, los inicios del turismo están relacionados desde siempre con el ocio y los tiempos de descanso, y surge en las múltiples actividades que se realizan precisamente cuando dejan de efectuarse las ocupaciones, tareas y funciones que están fuera del trabajo y de la producción para la subsistencia de las sociedades. Por tanto, vamos a analizar la

¹ Dumazedier, J. (1971). *Ocio y sociedad de clases*. Barcelona. Ed Fontanella.

interacción del ocio, el tiempo libre, el trabajo y los viajes que se han llevado a cabo a lo largo de la historia, de manera que primero aparece la “skholé” griega, después el “otium” romano, seguidamente el “ocio como ideal caballeresco” representando un ocio positivo y una concepción negativa del trabajo. Pero tras el ocio como ideal caballeresco, la interacción se invierte, ya que adquiere una conceptualización negativa, con el puritanismo, debido precisamente a los rasgos positivos que adquiere el trabajo como una actividad productiva, repleta de valores éticos y religiosos, al igual que el ocio burgués como un tiempo, ganado al trabajo, el cual se concibe como un símbolo de vida.

Junto a estos procesos se han efectuado todo tipo de viajes y por diversas causas, entre las que destacan las educativas, las de la guerra, las religiosas, las comerciales y el famoso “Gran Tour” de la nobleza, que cierran la primera etapa del turismo.

En la historia del turismo surgen desde lo más recóndito de las sociedades humanas dos rasgos que se manifiestan en múltiples actividades, y son el *tiempo libre* y el *ocio*. Éstos, han ido mezclándose con los juegos, las fiestas, los ritos, los viajes, las reuniones y demás expresiones, que han formado parte esencial de la cultura de todos los pueblos. Aquí se descubre, pues, la parte lúdica y folklórica, la artística y la recreativa, y, sin duda alguna, la catártica que desarrollan las agrupaciones humanas, así como el sentido más profundo y esencial que pueda albergar su estructura organizativa, política y social.

Y encontramos en la perspectiva sociológica que la teoría y la práctica de este tiempo libre y del ocio se halla en la cultura, en las maneras de vivir, pensar y actuar de los hombres y de las mujeres en los grupos sociales, de aquí que se acuda al registro de cómo viven, cuáles son sus hábitats y costumbres, sus manifestaciones sociales, sus pensamientos filosóficos y políticos, y su manera de organizar la sociedad.

Existe una gran literatura multidisciplinar sobre el ocio centrada en los ámbitos teóricos de las sociedades industriales y tecnológicas avanzadas que han trabajado las distintas funciones y significados que han representado la teoría y la práctica del ocio, y se requiere acudir, según los estudios de Álvarez Sousa² a “*las ideas que sobre la concepción del ocio han funcionado a lo largo de la historia de la sociedad occidental, de la que somos*

² Álvarez Sousa, A. (1994): *El ocio turístico en las sociedades avanzadas*. Ed. Bosch, Barcelona, p.49.

herederos, al mismo tiempo que a la situación real de su disfrute, podemos entender e interpretar el ocio en la sociedad actual". La tendencia hacia esa búsqueda de ideas para obtener la situación real nos lleva, pues, a la clasificación que el profesor Munné³ hace de las diferentes formas de entender el ocio y el tiempo libre a lo largo de la historia, y que introducidas en las corrientes de la Sociología del Turismo que vamos a ver a continuación.

¿Qué es la "skholé" griega? ¿Cómo era el ocio en la época griega? La respuesta se sitúa en lo que González Seara⁴ apuntaba ya hace tiempo bajo su indagación sociológica en la existencia del esclavismo, ya que en virtud de la esclavitud se hizo posible el disfrute del ocio, que consistía en una contemplación ociosa por parte de una clase de individuos que estaban liberados del trabajo, y tenían la categoría de libres, *"para el hombre griego, el ocio no significaba estar ocioso, en el sentido de no hacer nada, sino que le ocio implicaba el ejercitarse en la contemplación de la verdad, el bien y la belleza, en forma utilitaria"*. Esta contemplación constituía la más elevada forma de vida para un griego...por supuesto, en Grecia era preciso trabajar. Pero lo resolvieron los griegos estableciendo dos clases de hombres: unos que vivían su existencia como "juego", dedicados a las tareas del arte, la contemplación o la guerra, y otros obligados a trabajar en no muy buenas condiciones. El autor, puntualiza que la esclavitud permitió prácticamente la vida de ocio de los griegos de aquella época. Surgen, pues, dos mundos opuestos repletos de privilegios para unos y carentes de libertad y de posibilidades para otros.

Y mientras esta situación se mantuvo, floreció la escuela o "skholé"⁵ griega, basada en una actitud de contemplación, dedicación al saber y en el aprovechamiento del tiempo para el enriquecimiento del espíritu. La reflexión y consideración de los valores supremos tales como la verdad, la bondad, la belleza...se activaron al máximo y se tuvo la oportunidad de buscar un estado de paz interior y de contemplación creadora. La skholé no era un simple no hacer nada, sino su antítesis: un estado de paz y de contemplación creadora-dedicada a la teoría- en que se sumía el espíritu.

³ Munné, F. (1980): *Psicología del tiempo libre*. Un enfoque crítico. Trillas, Méjico.

⁴ González Seara, L. (1968): *Opinión pública y comunicación de masas*, Ariel, Barcelona, pp. 75-76.

⁵ Munné recoge la etimología de esta voz griega, que significa parar o cesar. El sentido originario de *skholé* fue el estar uno desocupado y, en consecuencia, disponer de tiempo para sí mismo. Coincide, por consiguiente, con el significado literal de la expresión "tiempo libre", op. cit. p. 40.

No resulta extraño, que en este medio surgieran figuras como la de Platón, Aristóteles y Epicuro que a través de sus obras llevaron al máximo el cultivo del espíritu, y con ellas la gestación de dos grandes escuelas: el estoicismo y el epicureísmo. Concretamente en el caso de Aristóteles la *skholé* representaba un fin en sí misma, un modelo de vida ideal en cuyo extremo se encontraba el trabajo; del mismo modo Epicuro consideraba que el ocio requería tener una vida al margen de las ocupaciones e incluso de los placeres.

¿Dónde podemos encontrar inicios del turismo en la era griega? ¿Qué tipo de viajes realizaban? Castillo⁶ ha encontrado que aquella cultura era propicia, además de su situación geográfica, para efectuar desplazamientos por el mar Mediterráneo, precisamente por los filósofos y poetas que tenían el impulso de conocer personalmente otras ciudades y culturas; asimismo, Mazón⁷ señala las tendencias que los griegos tenían hacia los viajeros, si bien solían ser muy arriesgados o inseguros, no sólo en los mares sino también los viajes que efectuaban por tierra, y muchos de ellos acababan en naufragios o eran presas de piratas y salteadores.

El motivo de los viajes estaba relacionado con las profesiones-las del comercio-, con el entusiasmo de aprender nuevas cosas, asistir a fiestas, por causas políticas, por los deportes, cuestiones religiosas o de salud y por el ansia de aventuras.

Pero los cambios en los sistemas económicos y políticos llevan a la configuración de un mundo diferente, el de la sociedad de Roma, y con ella el “*otium*” romano, que conceptúa el ocio de manera diferente, especialmente porque introduce el turismo de masas que es organizado por el Estado como un tiempo de descanso del cuerpo y de recreación del espíritu necesarios para la vuelta al trabajo. En la Roma Imperial ya se organizaban grandes espectáculos: combates de gladiadores, carreras de cuadrigas, luchas de fieras, representaciones teatrales, náuticas,...

La incorporación de esta nueva manera de experimentar el ocio trae consigo cierto equilibrio entre el ámbito del trabajo y el ámbito del ocio y la recreación, y proliferan los espectáculos de masas: el circo romano, los mimos, las comedias, la exhibición de deportes,

⁶ Castillo Pérez, R. (2000): “Turismo cultural: los estudiantes extranjeros” en La Tiesa, M. y Álvarez A. (eds): *El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo*. Granada: Proyecto Sur Ediciones.

⁷ Mazón, T. (2001): *Sociología del Turismo*. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, p.58.

los desfiles, las distracciones con animales, combates de gladiadores etc. Este divertimento y la distribución de alimentos de manera gratuita se convirtieron en las dos grandes herramientas de control social. Es lo que se ha llamado tradicionalmente la política del “pan y circo” para el pueblo (pan et circum) era la forma en que la clase dominante mantenía en control las insatisfacciones del pueblo.

¿Qué representaba, pues, este nuevo ocio para la población romana? Un tiempo de descanso y recuperación de fuerzas y un tiempo para el desgaste de emociones fuertes. El ocio se convierte en un medio y el trabajo en una finalidad, y alcanza una afinidad positiva que se armoniza con el trabajo que también es positivo; de hecho Mazón señala que *“los días de fiesta ocupan casi la mitad del calendario laboral-50 días al año- y se dedican, fundamentalmente a la diversión”*⁸.

Munné capta en el contexto romano esa inversión que se demarca en el ocio, al ser percibido en un tiempo libre de trabajo (para el descanso, el recreo y la meditación), en el que el ocio se convierte en un medio y el trabajo en un fin y conjuntamente forman parte de lo que se considera el hombre completo. No obstante, se aprecia que la parte del “otium” de la intelectualidad se restringió para el pueblo, al que le correspondía básicamente el descanso y la diversión, y sitúa a las gentes populares más en meros espectadores que en productores de ocio.

Las apreciaciones de estas nuevas manifestaciones guardan ciertos matices contradictorios al experimentar el ocio como un tiempo de libertad que, a su vez, significaba un medio para negar la libertad; ahora bien, así como la skholé se interrumpió aquí para resurgir de otras maneras en el Medievo, Renacimiento e Ilustración, el otium permaneció en el transcurso de los siglos, y ha llegado hasta el ocio de masas que se percibe como descanso, y diversión a modo de evasión.

¿Se puede hablar de la existencia del turismo en Roma? El sociólogo y estudioso del turismo Mazón⁹ descubre que al igual que sucede en nuestros días, la población que vivía en la capital de Roma se veía envuelta en un ritmo de vida con grandes concentraciones

⁸ Mazón, T.M. (1998): “El derecho al trabajo y el derecho al ocio” en *Proyecto Docente*. Universidad de Alicante, Alicante, p.262.

⁹ Mazón, op. cit., pp.61-64.

humanas, tráfico...que llevó a que los sectores económicos más elevados se desplazasen por temporadas a zonas residenciales lujosas, tales como villas y palacetes y por otra parte, proliferó una arquitectura termal basada en una serie de establecimientos termales, donde se reunían los romanos más distinguidos y acaudalados.

Los romanos tampoco fueron menos y efectuaron grandes viajes con la finalidad de visitar centros de interés histórico y cultural, solamente accesibles para las clases sociales adineradas que los consideraban de gran valor para la educación de sus hijos además del prestigio social que les otorgaba.

Introducidos en otra época, la de la Baja Edad Media y la del Renacimiento, se perfila otro tipo de ocio –*el ocio como ideal caballeresco*- que va paralelo al denominado *ocio popular*, consistente en el tiempo de reposo con el de la fiesta que es organizado y controlado por la Iglesia y los señores feudales.

El ocio como ideal caballeresco se basa, al igual que el “otium” romano, en la diversión, y adquiere formas de exhibición social, porque son actividades de consideración honrosa y demuestran una situación económica elevada, que les permitía dedicarse a la vida ociosa.

¿En qué época se sitúa el ocio como ideal caballeresco? Nos situamos básicamente entre la Baja Edad Media y comienzos del Renacimiento, en una sociedad regida por la Iglesia y los señores feudales, donde el tiempo fuera del trabajo se distribuye en el tiempo de descanso y diversión de fiestas folklóricas para el pueblo, y el ocio selecto de élites de la sociedad, que está inspirado en un espíritu lúdico clasista, calificado por Munné, no sólo de mero juego social, sino de posibilidades y libertades para poder dedicarse a otras actividades que no perteneciesen a las tareas serviles, artesanales y del campo y poder elegir las profesiones u ocupaciones de la guerra, política, deporte o religión.

Respecto a los viajes en este momento histórico proliferan los que se efectuaban por motivos de la guerra y los religiosos como el Camino de Santiago. La costumbre de aquella época movilizaba por la peregrinación a los lugares santos se extendió por todo el mundo cristiano, y destacan como centros preferentes: Roma, Jerusalén y Santiago de Compostela. Por ello, se hizo necesario disponer de posadas y hospederías.

El ocio y el trabajo han supuesto las dos caras de una misma moneda, inseparables pero bien diferenciadas por el poder, la riqueza y el saber de unos, y el desconocimiento, la ausencia de descanso y la obligatoriedad del trabajo físico de otros.

El trabajo manual se interrumpía el domingo como día de descanso y perfeccionamiento religioso. Se imponen al mismo tiempo unos días festivos al año, durante los cuales se celebran fiestas y no se trabaja. La inexistencia de una técnica suficientemente desarrollada, hace que en los campos y talleres los ritmos de trabajo se sometan a los ciclos naturales, quedando varias horas al día, además de los domingos y festivos.

Y será a través del puritanismo inglés del siglo XVII respaldado por la doctrina calvinista, cuando la interacción del ocio y el trabajo se inviertan totalmente en la tendencia marcada, que salvo en la sociedad romana, han imperado las connotaciones positivas del ocio y las negativas en el trabajo.

La inversión es patente, y reacciona contra el espíritu ocioso del ocio caballeresco, para asentar un ocio completamente diferente que adquiere valores negativos frente al trabajo que recoge las más altas connotaciones de ideales y valores por alcanzar. Pero además, al ocio se le sitúa en el polo más extremo y se le atribuye de obsoleta actividad, que va en contra del desarrollo de las potencialidades humanas al no suponer esfuerzo alguno, igualmente sucede con el trabajo que se ubica en el otro extremo del polo positivo, que implica el esfuerzo que es, en suma, el camino del predestinado para la salvación en el más allá.

Y dado que el ocio equivalía a un tiempo perdido, y que había que suprimirlo socialmente, el protestantismo eliminó el culto a los santos y todos los días de fiesta que se les dedicaba, para convertirlos en días productivos e incluso redujeron las actividades lúdicas.

En cuanto a los viajes, los más frecuentes eran los que se debían efectuar por motivos religiosos y comerciales, y el famoso “Gran Tour” o el “Gran viaje”, que Steinecke¹⁰ menciona como un importante evento en la Europa de los siglos XVII Y XVIII. Este viaje

¹⁰ Steinecke, A. (1993): “The Historical Developmente of Tourism in Europe” en Pompl, W., Lavery, P.: *Tourism in Europe. Structures and Developments*, Cab International, Cambridge.

lo realizaban la clase aristocrática joven y la naciente clase burguesa por motivos educativos, eran muy costosos y requerían largos períodos de tiempo y necesitaban además a personas cualificadas como administradores de viajes, maestros...que asesoraban en todo momento a las clases aristocráticas y burguesas. Visitaban destinos tales como Londres, París, Madrid, Roma...

Parece ser, pues, que aquí se encuentran los antecesores de los modernos turistas que menciona Knebel¹¹, y que se remontan, en efecto, a los siglos XVII y XVIII, a través de los incipientes viajes ingleses.

Finalmente, el ocio burgués es el que sigue una línea parecida a la consideración del ocio bajo la perspectiva puritana, ya que esta ideología se asienta profundamente en la clase burguesa en el período de la revolución industrial, momento a partir del cual el trabajo se convierte en un símbolo de vida y en la fuente de riqueza.

En contraposición, el ocio burgués es un tiempo ganado al trabajo, y al ser el trabajo totalmente productivo, el ocio se convierte en algo negativo. La mentalidad del incipiente capitalismo no sólo disminuyó el horario de trabajo, sino que lo aumentó, llegando incluso a implantar ritmos de trabajo desmedidos que sobrepasan las fuerzas de los trabajadores y en unas condiciones de máxima explotación. El ocio no será para esta clase trabajadora una meta deseable, es obvio que, con una excesiva jornada de trabajo y unos salarios mínimos, no hubiera lugar ni tiempo para el disfrute del tiempo libre.

Tanto Steinecke como Knebel ubican en esta segunda parte del siglo XVIII el fin del Gran Tour, y que es sustituido por los viajes de interés profesional-informativo, el resurgimiento de los balnearios en Europa, así como por las estancias que empiezan a imponerse en las clases burguesas en las playas de veraneo.

5.2. EL TURISMO EN EL SIGLO XIX Y EN EL SIGLO XX. (SEGUNDA ETAPA).

¹¹ Knebel, H. J. (1974): *Sociología del Turismo*. Cambios estructurales en el turismo moderno. Biblioteca de Ciencias Sociales. Ed. Hispano Europea. Barcelona.

La segunda etapa del turismo abarca prácticamente siglo y medio, el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX. Empieza a producirse la ruptura de la tendencia elitista, con los cambios y transformaciones producidas que comporta la sociedad industrial, en general, y las revoluciones políticas, científicas y culturales a nivel particular. Así, pues, entre las características que conlleva esta fase resalta la de representar en sí misma una etapa de transición que va a ir del turismo de élites al turismo de masas, y se establecen básicamente dos pautas.

La primera comprende los cambios y revoluciones habidas en el siglo XIX, y que Knebel resume en el “Gran Tour” de la burguesía, el primer turismo organizado como producto de un nuevo tipo de empresario y que tiene dos nombres: Thomas Cook y Baedeker. Thomas Cook no descubre ninguna forma nueva de turismo, tan sólo lo hace realizable, y muchos autores no dejan de nombrarle en sus libros de turismo, de hecho, Fernández Fúster lo considera el padre del turismo ya que organizó el primer viaje colectivo en tren y creó la primera agencia de viajes. En el caso del empresario Baedeker, ilustra muy bien la importancia de la confección de guías y literatura de viajes y el descubrimiento de la patria y de la “madre naturaleza”. Fernández Fúster ubica en la segunda mitad del siglo XIX al turismo itinerante y al turismo residencial, en tanto que Mazón en esta misma segunda etapa, denominada primera revolución turística, destaca la revolución de los transportes, el desarrollo económico y el nacimiento de un sistema bancario, el proceso de urbanización y la aparición del primer viaje organizado.

La segunda pauta se refiere a los cambios y revoluciones en la primera mitad del siglo XX, en la que Steinecke, marca una serie de factores que impulsan el turismo en este siglo, tales como la urbanización, el aumento del tiempo libre, el aumento de los ingresos, la introducción de las vacaciones pagadas, el incremento de la población, el progreso tecnológico y las distintas motivaciones. Fernández Fúster establece tres períodos en el turismo de masas incipiente: el primero (1900-1914) calificado como La Belle Époque, el segundo (1914-1918) la Primera Guerra Mundial) y el tercero, (1939-1945) la Segunda Guerra Mundial).

5.3. EL TURISMO DE MASAS: PERÍODO DEL BOOM 1945-1990 (TERCERA ETAPA).

Representa la época dorada del turismo de masas, que ha alcanzado a todas las clases sociales y que ha adquirido dimensión internacional. Y es que conforme avanza y se moderniza la sociedad aumentan en la misma proporción los recursos y posibilidades en el disfrute del tiempo para las actividades turísticas. Esta Tercera Etapa que es analizada brillantemente por Fernández Fúster en su obra *Historia general del turismo de masas*, en donde se procede a la unificación de las estadísticas de turismo, y surge la voluntad política para desarrollarla en todas sus vertientes. Y se detecta que el período correspondiente de 1950 a 1975 es donde se concentra el mayor boom turístico internacional.

Las causas de este crecimiento se deben a que en estos años las economías occidentales empiezan a recuperarse de la tragedia de la Segunda Guerra Mundial, que según Panteleeva¹² paraliza absolutamente el turismo en todo el mundo, y sus repercusiones alcanzaron de 1949-1950. Surge pues una nueva cultura del ocio, la economía de Japón y Alemania y otras potencias europeas mejora, mejoras en los medios de transporte (sobre todo del automóvil y del avión) ya que se construyeron nuevas carreteras y autopistas y en el caso del avión con la aparición del vuelo chárter que permitió el abaratamiento de los precios.

En medio de todas estas transformaciones, el Mediterráneo se constituye como una zona turística receptora de las más importantes del mundo, siendo el paradigma “sol y playa” el que va a dominar durante todo este período.

Otro de los elementos del crecimiento fue la mejora de las condiciones laborales (vacaciones pagadas y ampliación de las coberturas de la Seguridad Social). Las nuevas técnicas comerciales dan más empuje al turismo, se refuerzan al máximo las agencias de viajes y se consolidan los grandes touroperadores que lanzan al mercado millones de viajes.

¹² Panteleeva Iankova, S. (1999): “Evolución histórica del turismo” en *Centro Español de Nuevas Profesiones*, Enero, grupo 1.D.

Pero si la década de los `50 representó el despegue de este fenómeno, la de los `60 se le conoce como la década del boom del turismo internacional. Se producen fenómenos de “cuasi-saturación” En 1967 se reconoce la importancia del turismo y se declara el Año Internacional del Turismo, con el lema: “Turismo, un pasaporte para la paz”, que en sus razonamientos da cuenta de las funciones que tiene en cuanto que permite el conocimiento de los pueblos, la mutua comprensión, se llega a través de él, al amor y a la paz. El boom acaba en 1968 cuando que aparece el freno, y se escriben frases como “el turismo ha tocado techo”.

Por último, en la década de los `70 con la crisis del petróleo en 1974 y las manifestaciones de saturación por el impresionante movimiento de crecimiento turístico, nos enfrentamos a otra etapa con incertidumbres y pautas nuevas.

Surgen otras tendencias y modas (sexoturismo, parques acuáticos, el golf, los balnearios, el nudismo...) en efecto, todo esto pertenece ya al turismo de nueva era que veremos a continuación.

Podemos concluir esta etapa diciendo que en esta década de los `70, comienza la existencia jurídica de la Organización Mundial del Turismo en 1974.

5.4. EL TURISMO DE NUEVA ERA EN LAS SOCIEDADES DESARROLLADAS.

El turismo de nueva era en las sociedades desarrolladas pertenece a la 4ª etapa que experimenta el turismo, y que se sitúa después de la tercera etapa en la que predominó el turismo industrializado o masivo que se centró fundamentalmente en el turismo de sol y playa.

Tras este proceso de desgaste aparecen otros modelos alternativos que tienden a satisfacer las nuevas necesidades y motivaciones de todos los actores del turismo: turistas, visitantes, viajeros y las sociedades emisoras y receptoras en su conjunto.

¿Cuáles son pues las características básicas de estas sociedades desarrolladas? Los

expertos apuntan hacia una dirección que va de los valores materialistas a los post-materialistas, en los que se aprecian importantes cambios en los valores sociales y se han conseguido altas cuotas de bienestar. En este tipo de sociedad, la demanda turística se clasifica por ser plural, más sofisticada, más exigente, en la que los turistas determinan el tipo de producto turístico que desean, son turistas independientes, experimentados y flexibles que reaccionan contra la masificación, que prefieren desplazamientos cortos, en fines de semana o en vacaciones que se fragmentan en varias épocas del año, y no suelen repetir su visita al mismo lugar.

Se ofrecen, pues, espacios singulares y experiencias fuera de lo normal, alternativas nuevas al turismo, en las que se valora la calidad sobre la cantidad, y el respeto por el medio ambiente como elementos principales en la oferta turística.

Los aspectos socioculturales de la nueva demanda turística son analizados por Sancho y Pérez¹³ que demostraron la existencia de un conjunto de variables que ejercían mayor influencia sobre la demanda que los factores meramente económicos. Se clasifican en 8:

✚ **Factores de motivación:** se analiza el comportamiento del consumidor y el proceso en la toma de decisiones y se acude a las explicaciones de Maslow para la motivación en la toma de éstas. Las vemos en la siguiente tabla:



Del mismo modo, se recogen las teorías de Plog que distingue a los turistas “allocéntricos” que son los motivados por áreas no turísticas y nuevas experiencias

¹³ Sancho, A. y Pérez, J. M (1995): “Tourism demand in Spain: A panel data Análisis. Tourism and Travel Econometric”, XLV *International Conference of Applied Econometrics*, Suiza.

de los “psicocéntricos” que son los turistas motivados por destinos que les sean familiares y donde se lleve a cabo poca creatividad.

- ✚ **Condiciones socioculturales:** como la edad, la educación y el empleo.
- ✚ **Formas y estilos de vida:** que Cohen clasifica en 4 grupos; el turista de masas organizado, el turista de masas individual, el explorador y el impulsivo.
- ✚ **El tiempo de ocio:** correspondiente a la disponibilidad de viajar dependiendo del tiempo libre que se tenga.
- ✚ **Las vacaciones estacionales:** en los que se ofrecen alternativas distintas para cada temporada, distinguiendo entre temporada baja, alta y media.
- ✚ **Los factores políticos:** intervienen en la creación de infraestructuras, limitaciones de divisas.
- ✚ **Los factores demográficos:** edad doméstica del individuo, inquietudes...

La oferta turística también ha experimentado notables transformaciones y en la clasificación de alojamientos se ha advertido de la importancia de establecer un sistema homogéneo de clasificación para las estadísticas en turismo, a efectos administrativos, fiscales y laborales y la OMT señala en la tipología de establecimientos la hotelera(hoteles, hoteles-apartamento, moteles y hostel pensión) y la extrahotelera (campings, apartamentos, bungalows, villas y chalets) y otras como balnearios y casas rurales.

En consecuencia, la combinación de estos factores determinantes son los que producen y seguirán produciendo una polarización de los gustos y ofertas turísticas. De aquí surgen, por tanto, la nueva tipología de turismos que vemos a continuación.

5.4.1. TURISMO CULTURAL.

Morère denomina turismo cultural a *“todas aquellas acciones emprendidas con el objetivo de viajar o de desplazarse interesado por la cultura, utilizando recursos culturales para ello”*. Se le considera el turismo menos estacional.

Por destino cultural entendemos museos, sitios arqueológicos, monumentos, cascos

antiguos de ciudades, artes visuales, música, danza, festivales, folklore etc.¹⁴ de aquí que se centre en el núcleo de la ciudad como factor inicial en el desarrollo turístico cultural, al comprender estructuras que con pocas innovaciones e intervenciones, se pueden emprender diversas actividades culturales y turísticas.

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, que permita una equitativa distribución de los beneficios, colaborando en la erradicación de la pobreza en el caso de los países en vías de desarrollo. Tipos de turismo cultural:

- ✚ **Creativo:** relacionado a la realización de actividades artísticas y creativas; festivales de cine, música, óperas, teatro, exposiciones, etc.
- ✚ **Urbanístico:** principalmente desarrollado en ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad. El perfil del turista tiene un nivel medio-alto cultural y de alto poder adquisitivo.
- ✚ **Monumental:** vinculado a la visita de monumentos histórico-artísticos; catedrales, palacios etc.
- ✚ **Arqueológico:** ligado a sitios arqueológicos, yacimientos, museos que exhiben muestras arqueológicas, monumentos y edificios que forman parte del patrimonio histórico-cultural que se encuentran en una región. El patrimonio arqueológico de un pueblo constituye un recurso cultural muy importante que es imprescindible para su identificación y estimación social. Existen paquetes turísticos que ofrece la posibilidad de participar en excavaciones arqueológicas y así compartir con los expertos la vivencia de una intervención arqueológica, los turistas pueden descubrir la arqueología y hacer turismo al mismo tiempo. Los destinos más visitados son; Egipto, Grecia, Italia, España, entre otros.
- ✚ **Funerario:** es un tipo de turismo cultural, y consiste en visitar cementerios donde hay tumbas realizadas por arquitectos famosos, o los famosos son los personajes enterrados allí. (Tumba de Camarón, Valle de los Caídos...)
- ✚ **Idiomático:** definido por la OMT como: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer una inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural”.

¹⁴ Morère Molinero, N. (1999): “Turismo Cultural” en Bayón Mariné, F (Dr): *50 Años del Turismo Español: Un análisis histórico y estructural*. Ed. Centro de Estudios Ramón y Cajal Areces, Madrid, p.702.

- ✚ **Shopping:** el turismo de shopping ha evolucionado a lo largo de los años, inicialmente los turistas dedicaban un día o una pequeña parte de su viaje para realizar compras, actualmente llega a darse el caso completamente contrario, se realizan viajes únicamente con el fin de realizar compras, y se dedica una pequeña parte para realizar visitas turísticas como complemento. La evolución de este tipo de turismo ha llegado hasta el punto de llegar crear pequeños “pueblos” formados únicamente de tiendas, consideradas destinos turísticos en sí mismos, dedicados exclusivamente a las compras. Estos son los llamados “Chic Outlet Shopping Villages”.
- ✚ **Gastronómico:** tiene como especial objetivo la búsqueda de los productos locales, que permitan conocer la cultura gastronómica de la región. En la actualidad existen varias rutas gastronómicas en el mundo dedicadas a diversos tipos de comida, por ejemplo: Ruta del jamón Ibérico en España, ruta de los quesos de cabra, ruta de la tenca, ruta de las frutas y los licores, ruta de los vinos...

5.4.2. TURISMO DE NATURALEZA.

El turismo tradicional de casas rurales ha existido en nuestro país desde hace tiempo, pero lo que hoy consideramos como turismo rural, es sin duda, uno de los productos más jóvenes que nace a principios de los '80 y se desarrolla principalmente en la década de los '90 del siglo XX.

- ✚ **Rural:** es el desarrollado en el medio rural y su principal motivación es conocer las costumbres y tradiciones de los pueblos normalmente pequeños, su artesanía, formas de vida...
- ✚ **Ecoturismo:** es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza.
- ✚ **Cinegético:** se trata del turismo dedicado a la caza de animales en áreas donde se permita ésta. Atrae a turistas de todo tipo; de alto nivel adquisitivo que busca piezas de alto valor, a turistas especializados para la búsqueda de piezas específicas y a los grupos de amigos que hacen expediciones a lugares cercanos.
- ✚ **Ictioturismo:** basado en la práctica de la pesca deportiva y el buceo en diversos medios acuáticos de áreas naturales. Es llevada a cabo por personas de altos

ingresos y que ordenan la fabricación de utensilios de pesca que no hagan daño a la presa.

- ✚ **Ornitológico:** centrado en el avistamiento o mera observación de aves en su hábitat natural, realizado tanto con fines recreativos (disfrute de la naturaleza) y también con fines científicos (estudio de las aves).

5.4.3. TURISMO ACTIVO.

Es una tipología de turismo en la que el motivo principal del viaje es la participación en el llamado deporte de aventura y está fuertemente asociado al medio natural, ya que casi todos los deportes de aventura se desarrollan en él.

Este tipo de turismo ha ido cobrando vida cada vez más y se ha consolidado como una gran fuente de ingresos para empresas y zonas deprimidas que han encontrado en esta modalidad una buena oportunidad para crecer y desarrollarse.

- ✚ **Turismo de golf:** es uno de los productos turísticos con mayor proyección, y oferta dentro del turismo deportivo, tanto por sus efectos directos en los ingresos turísticos como por la contribución que este tipo de turismo aporta al desarrollo de turismo de calidad y a la diversificación y desestacionalización de la oferta turística.
- ✚ **Turismo de aventura:** El propósito del viaje está vinculado a la práctica de deportes de riesgo y que requiere destrezas especiales o de cierta condición física (rafting, escalada...)
- ✚ **Parques temáticos:** basado en parques de atracciones que también pueden convertirse en complejos turísticos como es el caso de Disneyland, PortAventura... y están destinados al ocio.
- ✚ **Turismo deportivo:** la principal atracción es la práctica de algún deporte (Mundiales de fútbol, Olimpiadas...)
- ✚ **Turismo de salud:** a comienzos del siglo XX en España, se vuelve a poner de moda esta práctica como claro signo elitista de una sociedad de clase media-alta y nace el concepto de balneario, éstos, representaban un lugar con signo de distinción y encuentro social de importantes familias que buscan en ellos tratamientos termale para sus dolencias que alternaban con la práctica de relaciones sociales y la

utilización de su tiempo de ocio. Vuelve a caer en el olvido en los años '70 para finalmente volver a aparecer como tipología turística a inicios del siglo XXI, recuperando así la función con la que inicialmente se creó.

✚ **Turismo de lujo:** practicado por personas que exigen una excelente, innovadora e inmediata atención, buscan la exclusividad, el lujo y una experiencia inolvidable en sus viajes.

✚ **Cinematográfico:** es el turismo relacionado con el cine y engloba tanto los viajes motivados por una película como la promoción de los destinos a través del cine.

5.4.4. TURISMO DE NEGOCIOS.

Es el llevado a cabo por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales del sector con la finalidad de cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. Se caracteriza principalmente por tener un perfil más estable a lo largo del año que el del ocio. El cliente suele tener alto poder adquisitivo.

✚ **Reuniones y congresos:** reunión de un colectivo o asociación que suele ser de un mismo sector.

✚ **Viajes de incentivos:** es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje como recompensa por los resultados obtenidos en su trabajo.

✚ **Fam trips:** son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano.

5.5. EVOLUCIÓN HISTÓRICA EN EL SISTEMA DE TRANSPORTE.

Resulta imprescindible conocer en la historia del turismo la evolución que ha experimentado el sistema de transporte, ya que es un proceso que va inherente y no se puede separar, en realidad, el sistema de transporte no sólo representa un motor esencial en la evolución del turismo, puesto que también incide sustancialmente en el desarrollo que

sufre toda sociedad.

Burkart y Medlik definen el transporte como “*el medio de alcanzar el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino*”¹⁵. Leiper¹⁶ para quien el transporte supone el medio que posibilita alcanzar el destino turístico desde la zona de origen, y constituye el traslado de viajeros en el trayecto que va desde el punto de origen hasta el punto de destino.

Se dan tres tipos de vías; la terrestre, la marítima y la aérea, así, pues, en la vía terrestre figuran el transporte por carretera en la primera, segunda y tercera etapa, y el transporte por ferrocarril que sólo abarca la segunda y tercera etapa. Respecto a la vía marítima, el transporte por mar abarca la primera, segunda y tercera etapa, en cambio, la vía aérea recorre sólo la segunda y tercera etapa.

Tras haber finalizado con la descripción de la historia del turismo, pasaremos a analizar como bien indicamos en el resumen, los impactos que genera el turismo en las sociedades donde se desarrolla.

Tras esto, podemos decir que la actividad turística ha ido adquiriendo distintas formas que han solido ir asociadas al modo de organización de la economía en general, en este sentido según Ioannides y Debbage¹⁷ se pueden reconocer dos períodos en la industria del viaje:

- ✚ Sistema de producción **fordista**: constituye la forma de producción industrial dominante durante gran parte del siglo XX. Las similitudes entre las formas de organización de la actividad industrial en la década de 1950 y las características que adquieren la actividad turística llevan a que se hable de turismo fordista. Éste se define por el énfasis en la producción en masa de productos de viaje,
- ✚ Sistema de producción **postfordista**: se da en los años '80 y se caracteriza por su flexibilidad, alta capacidad de innovación y orientación hacia una demanda

¹⁵ Burk art, A. A. y Medlik, S. (1981): *Tourism: Past, Present and Future*. Heinemann, London.

¹⁶ Leiper, N. (1990): *Tourism Systems, Department of Managment System*. Occasional Paper 2, Massey University, Auckland, New Zeland.

¹⁷ Ioannides, D. y Debbage, K. (1997): “Post Fordism and Flexibility: The travel industry polyglot.” en *Tourism Management*.

segmentada. Alude a la crisis de la producción en cadena, a la estandarización y a la homogeneización que son sustituidos por criterios de singularidad y especificidad.

A continuación, analizaremos en la siguiente tabla las principales diferencias.

Tabla 1. Características del turismo fordista y postfordista.

	Fordismo	Posfordismo
Turistas	-Bajo nivel de exigencia -Interesados en precios reducidos. -Consumo estandarizado, se acomodan a un patrón turístico común. - Inexpertos. -Motivados por el sol y playa.	-Alto nivel de exigencia -Dispuesto a pagar más por productos diferenciados. -Experimentados. - Motivaciones y atractivos más diversificados. - El grado de repetición de visitas es reducido.

Fuente: Elaboración propia.

6. ¿QUÉ ES UN IMPACTO TURÍSTICO?

6.1. DEFINICIÓN.

Es el efecto y las repercusiones que ejerce el turismo en función del tipo de planificación, desarrollo, y funcionamiento en las sociedades receptoras, y alberga dos polaridades, los impactos positivos y los impactos negativos.

6.2. TIPOS DE IMPACTOS.

6.2.1. IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS.

IMPACTOS POSITIVOS.

- Generación de renta.

El sector turístico ha demostrado una elevada capacidad de generación de riqueza, como pone de manifiesto su elevada contribución al PIB. Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso desarrollo socioeconómico.

-Generación de empleo.

Estrechamente ligado a la creación de riqueza se encuentra la generación de empleo. La capacidad de generar empleo, es uno de los efectos más importantes que, sobre el sistema económico tiene el turismo. La contribución de éste al empleo tiende a ser ligeramente superior en términos relativos a la que tiene sobre la renta. La tendencia de los últimos diez años y el crecimiento del empleo en el sector turístico ha sido casi siempre más importante que en el resto de los sectores económicos. Si bien las circunstancias de cada territorio en cada momento priorizarán unos objetivos económicos sobre otros, resulta habitual que se enfatice la creación de empleo como fin esencial. Si bien, también existen pros y contras ya que muchas veces el empleo que genera no es el trabajo que todo el mundo quisiera. Se crean tres tipos de empleos:

1. Empleo directo: resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas.
2. Empleo indirecto: generado como gasto en empresas de otros sectores.
3. Empleo inducido: como resultado del gasto de los residentes locales de los ingresos procedentes del turismo: el comercio detallista, transportes, servicios públicos, el sector agrario, etc.

En definitiva el empleo directo es el provocado por el gasto en las actividades de servicios turísticos (oferta), esto es que atienden turistas o excursionistas. La oferta turística (Sancho, 1997) se define como el conjunto de productos y servicios puestos a disposición del usuario turístico (personas que no están trabajando o generando dinero en la zona) en un destino determinado.

El empleo indirecto es aquel generado en sectores que sólo viven en parte del turismo. Este es el caso de la administración local, provincial, regional, de las asociaciones de fomento, cámaras de comercio, centros de estudio, formación, programas de desarrollo rural, comercio turístico local (artesanía, entre otros), empresas de publicidad, etc.

El empleo inducido es aquel producido en sectores cuya demanda se ve incrementada por el turismo y por la población local que trabaja en turismo. Tal es el caso de la construcción, los transportes, las comunicaciones, los servicios básicos, la agricultura, etc.

-Contribución al equilibrio de la balanza de pagos

Maximización de los ingresos netos de divisas por turista, que van a permitir financiar las importaciones de bienes de capital necesarios para el desarrollo económico de un país. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional. El volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

Sin embargo, los ingresos de divisas no siempre repercuten en el desarrollo local. En este sentido, es necesario vigilar las actuaciones desarrolladas por las empresas de los países emisores que operan en el destino (touroperadores y cadenas hoteleras).

A continuación se muestran 3 tablas en las que aparecen los ingresos y pagos por turismo y finalmente el saldo resultante:

Tabla 2. Balanza de Pagos.

Tabla 1. Ingresos por turismo (millones de euros).

Año 2015.

	Año 2015	Tasa de Variación Interanual	Diferencia
Total	11.978	2,6	303
Enero 2015	3.054	2,4	72
Febrero 2015	2.594	2,7	67
Marzo 2015	3.082	2,6	79
Abril 2015	3.248	2,7	85

Tabla 2. Pagos por turismo (millones de euros).

Año 2015.

	Año 2015	Tasa de Variación Interanual	Diferencia
Total	3.924	13,3	460
Enero 2015	929	12,2	101
Febrero 2015	967	12,1	104
Marzo 2015	987	14,8	127
Abril 2015	1.041	14,0	128

Tabla 3. Saldo por turismo (millones de euros).

Año 2015.

	Año 2015	Tasa de Variación Interanual	Diferencia
Total	8.054	-1,9	-157
Enero 2015	2.125	-1,3	-29
Febrero 2015	1.627	-2,2	-37
Marzo 2015	2.095	-2,2	-48
Abril 2015	2.207	-1,9	-43

Fuente: Banco de España.

-Redistribución de la renta

El turismo no es solo una actividad económica capaz de generar crecimiento y empleo, sino que contribuye al mismo tiempo al desarrollo y a la integración económica y social, en particular de las zonas rurales y de montaña, las regiones costeras y las islas o las regiones periféricas.

Es notable su elevada capacidad de recuperación en etapas de recesión económica, lo que le permite convertirse en uno de los primeros sectores productivos que puede ejercer de motor de arrastre para el resto de actividades productivas de la economía.

-Fomento de la competitividad de empresas y destinos

El objetivo principal debe ser crear y mantener las condiciones adecuadas para fomentar la competitividad de las empresas y destinos turísticos, permitiendo así la oferta al consumidor de una experiencia turística integral de calidad. Esta finalidad última se concreta en la consecución de diversos objetivos, como el aumento del número de turistas, el incremento de la calidad de los servicios turísticos, la mejora de la formación de los recursos humanos, la diversificación de los productos turísticos, la mejora en las innovaciones en los productos y procesos turísticos, lograr una mayor internacionalización de las empresas del sector.

IMPACTOS NEGATIVOS.

- Conservación de las estructuras para el turismo.

Gracias al turismo se crean nuevas zonas de ocio y se mantienen infraestructuras que benefician tanto a residentes como a turistas. Esta afirmación es cierta, pero si no se lleva de forma planificada, se terminará creando infraestructuras que atraigan a los turistas y que nada más se utilicen cuando estén. Por tanto, el resto del año son los residentes quienes pagan los impuestos para mantener unos servicios que nada más se utilizan para los foráneos. Desde este punto de vista, es necesario tener muy en cuenta cómo se invierte el dinero público de modo que tanto su asignación como utilización tengan presentes el

conjunto de intereses.

-Inflación y aumento del precio de las propiedades.

La actividad turística puede traer consigo en muchas ocasiones la inflación. Ello es debido a que los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, que les permite afrontar la subida de precios de los productos y servicios ofrecidos en los destinos, precios que son aumentados por los proveedores locales para así, obtener más beneficios. Sin embargo, la población local debe compartir en la mayoría de las ocasiones los mismos proveedores con los turistas, pero con un poder adquisitivo menor. Igualmente el turismo puede provocar un encarecimiento del precio del suelo o las edificaciones para los propios residentes.

-Costes de oportunidad.

Junto a los costes ya mencionados, también es necesario mencionar otros costes económicos, como son los **costes de oportunidad**. Puesto que los recursos de un destino son siempre limitados, ya sean naturales, sociales o culturales, el hecho de aplicarlos en la actividad turística en lugar de en usos alternativos tiene un coste de oportunidad que debe ser considerado. Relacionados con los costes de oportunidad, el destino tiene que tener en cuenta la pérdida de beneficios económicos potenciales. Este coste negativo derivado de la actividad turística suele producirse en los países en vías de desarrollo, que generalmente sufren limitaciones de capital, más que en los países desarrollados que tienen una mayor capacidad económica y que generalmente, no dependen del capital inversor extranjero.

-Fluctuaciones de la demanda turística.

Otros costes económicos de la actividad turística son los derivados de las **fluctuaciones de la demanda turística**, que dada la interdependencia existente entre el turismo y los demás sectores de la economía, las fluctuaciones de la demanda turística pueden traer consigo otros problemas adicionales en un destino, es decir, la caída de la demanda turística afecta a la economía general.

- Externalidades del turismo.

El turismo se asocia a problemas de contaminación atmosférica, especulación del suelo, índices de criminalidad importantes (mafias, ajuste de cuentas, criminalidad, prostitución, narcotráfico, casinos, juegos...)

-Coste de servicios públicos.

Es importante considerar también el **coste de los servicios públicos**. Como consecuencia del importante aumento de la población durante la temporada turística, ciertos destinos deben aumentar sus gastos en limpieza, seguridad ciudadana e incluso en atención sanitaria durante esta temporada.

Finalmente, el desarrollo del turismo en una zona determinada puede distorsionar el desarrollo de algún otro sector económico. Por ejemplo, cuando un destino turístico con facilidades laborales atrae a los trabajadores de otros sectores económicos, como el sector agrario, privándolos del capital humano necesario para su desarrollo.

6.2.2. IMPACTOS SOCIOCULTURALES.

La Organización Mundial del Turismo determina que los impactos que genera el turismo son relativamente positivos en el ámbito social y cultural, puesto que gracias al turismo el hombre a desecho barreras que en tiempos antiguos generaban la intolerancia y perjuicios sociales tales como el racismo. El turismo ha contribuido con la sociedad siendo pieza fundamental para el desarrollo urbanístico y tecnológico en la modernización de los pueblos. De la misma manera ha expandido los horizontes en la forma de pensar de los seres humanos en cuanto al enriquecimiento cultural propiciando un cambio de actitudes sociales. El renacimiento de las artes populares, las manifestaciones culturales de cada etnia, los museos, las plazas y parques, y todo aquello que representa la imagen de una sociedad y que gracias al turismo se ha podido rescatar teniendo un gran valor en proporciones incalculables.

Desde la perspectiva sociológica, el turismo constituye un elemento dinamizador de las sociedades. El turismo se emplaza dentro de dos sociedades, las calificadas como

sociedades emisoras de visitantes, viajeros y turistas y las sociedades receptoras, que son los lugares donde se desarrolla el turismo, y deben prepararse para la acogida, mantenimiento y comercialización de todos los recursos turísticos. Ambas sociedades entran en una interacción social permanente, donde tiene lugar una serie de intercambios socioculturales, dependiendo de los modelos turísticos que la planificación turística establezca. Eso si, todo intercambio se puede producir en unas relaciones de igualdad o de desigualdad de unas partes respecto a otras y, por regla general, en la interacción que se produce entre las sociedades emisoras y las receptoras suele predominar la relación de desigualdad.

Las sociedades emisoras son las que exportan los visitantes y suelen ser países desarrollados, postindustriales y ricos que disponen de medios materiales (dinero e infraestructuras) y tiempo libre para desplazarse a lugares turísticos establecidos que ellos eligen. La interacción, por tanto, se produce cuando estos efectivos de población entran en contacto con la vida y la cultura de las sociedades receptoras, y conocen, disfrutan y utilizan los recursos turísticos que están disponibles.

En los estudios de Dekadt¹⁸ esta interacción social la percibía como el encuentro entre turistas y residentes y se da siempre en tres contextos principales. El primero aparece cuando el turista compra un bien o servicio al residente, el segundo cuando ambos comparten los mismos espacios físicos como playas, paseos, mercados, etc. y el tercero cuando ambos intercambian información o ideas. La diferencia se halla en los dos primeros contextos propios del turismo de masas ya que suelen darse los contactos más frecuentes, y se caracteriza por la falta de interés de los turistas en introducirse en la cultura local de la región que se está visitando, incluso llegan a formar "guettos".¹⁹ En cambio, el tercer contexto es el que posibilita una buena interacción social porque se da un intercambio entre las distintas culturas, si bien pertenece ya al turismo de nueva era.

Pearce²⁰ llega un poco más lejos y argumenta que aunque la relación entre turistas y

¹⁸ Dekadt, E. (1979): *Tourism-Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*. University Press for the World Bank and Unesco New York: Oxford, p.50.

¹⁹ Guettos: se trata de un grupo cerrado mediante los cuales mantienen las costumbres de sus países de procedencia y las relaciones suelen ser con el resto de los individuos de su misma nacionalidad.

²⁰ Pearce, D. (1989): *Tourist Development*. 2d ed. Longman Scientific and Technical, Great Britain.

residentes no sea muy profunda, la toma de contacto por la mera observación de los comportamientos y conductas de los visitantes incide en ciertos cambios en las actitudes, valores y comportamientos de los que habitan en la sociedad receptora y lo denomina como el efecto demostración.

En general, la interacción social como intercambio de elementos sociales y culturales, da como resultado un cruce de culturas que lleva al enriquecimiento de ambas partes, sin embargo, la parte emisora que paga a la parte receptora se acomoda en una posición dominante que induce, en muchos casos, al ajuste de la zona receptora según el modelo turístico que dirija las expectativas de los grupos visitantes, viajeros y turistas. De aquí surge el cambio social de las sociedades receptoras, al permitir que la interacción social entablada haya dado paso a la intromisión de unas expectativas dominantes que obligan a ofrecer las costumbres, los hábitos y el hábitat en general, tal y como la demanda la parte emisora que paga la visita y el disfrute de las zonas turísticas ofrecidas. Así, pues, empiezan a cambiar las gentes, sus maneras de pensar, sentir y actuar, y se acomodan a las demandas sociales y culturales que, en parte, se espera de las zonas de acogida.

Es en el transcurso del tiempo cuando se harán notar los impactos sociales de la interacción y del cambio social que han intervenido en la planificación turística, bien como desarrollo turístico propiamente dicho, bien como funcionamiento del mismo.

La percepciones de Cooper y otros²¹ indican que los turistas no necesitan entrar necesariamente en contacto con los habitantes del lugar de destino, para que se produzcan necesariamente los impactos socioculturales, de hecho, establecen dos tipos de impactos socioculturales: impactos indirectos e impactos inducidos, siendo los primeros-los indirectos- aquellos cambios provenientes del establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras de la propia dinámica de la actividad turística, mientras que los segundos-los inducidos- surgen en el transcurso del tiempo, cuando deviene el aumento del nivel de vida económico resultante del turismo, y se observan modificaciones en la conducta consumista y la variabilidad de necesidades.

²¹ Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. y Wanhill, S. (1993): *Tourism. Principles and Prantice*. Pitman Publishing, Great Britain.

Pero, ¿de qué dependerán estos impactos socioculturales? Inskeep²² los ubica, en gran parte, en las características propias de los turistas y de los matices y variantes socioculturales de los residentes, y son diferencias que se agudizan con los intercambios en los sistemas de valores; en las creencias religiosas, en las tradiciones y costumbres, en los estilos de vida, en las conductas sociales, en las actitudes hacia los extranjeros, etc.

Como señala la OMT, los impactos del turismo se clasifican en impactos económicos y en impactos socioculturales, y mientras los económicos han sido tratados tradicionalmente desde la perspectiva de los beneficios que normalmente genera, los socioculturales habitualmente se analizan desde su vertiente negativa, no obstante, ello no implica que no puedan aportar también beneficios positivos al fomentar la interacción entre comunidades diferentes. Por tanto, los impactos sociales y culturales positivos están estrechamente relacionados con una buena planificación turística que haya sabido mantener en armonía y equilibrio, los recursos turísticos con los beneficios económicos, llevando al desarrollo pleno de todos los efectivos, en el que el nivel de vida alcanzado ha permitido asumir e incorporar en su sistema social tradicional el modo de vida moderno sin destruir la esencia cultural de sus pueblos.

IMPACTOS POSITIVOS

- La mejora en las facilidades e instalaciones del destino.

Es decir, de las sociedades receptoras, y más concretamente, en la mejora sanitaria de toda la zona, al ser un servicio y una necesidad que demandan los turistas dando la máxima prioridad en su desarrollo. Del mismo modo sucede con otras facilidades y servicios tales como alumbrado, recogida de basuras, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc... llevando en suma, a un aumento de la calidad de vida de los residentes de las zonas turísticas.

- Recuperación y conservación de valores culturales.

Viene reforzado por el interés de los residentes de revitalizar su propia cultura, con sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico para ampliar la riqueza de la experiencia

²² Inskeep, E. (1991): *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand, New York.

turística, hecho que actúa favorablemente en las gentes de las comunidades de residentes que adquieren así, cierta concienciación en relación a la continuidad histórica y cultural. En el plano de la práctica este hecho se hace más patente en la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios y lugares históricos además de revitalizar aquellas costumbres locales como la artesanía, el folklore, las festividades o la gastronomía.

Un ejemplo sería la típica matanza que en otro tiempo llegó a adquirir un verdadera condición festiva y folklórica pero que poco a poco ha ido perdiendo adeptos debido a la proliferación de carnicerías, pero gracias al turismo, la costumbre ha vuelto a florecer. De hecho, hay pueblos y regiones que se dedican a enseñar a los turistas el ritual de la matanza.

- Efecto demostración de Pearce.

Otro efecto positivo es a lo que denominábamos anteriormente efecto demostración de Pearce, que actúa de refuerzo en el ánimo de los residentes para incrementar el nivel de vida y de bienestar.

-Calidad en las relaciones.

Calidad de las relaciones entabladas en la interacción entre los turistas y los residentes, sobre todo cuando los turistas muestran interés y aprecio hacia la cultura y la forma de vida de las zonas turísticas, incrementando, por tanto, la comprensión y el respeto de las diferencias.

Los impactos sociales y culturales aparecen con frecuencia cuando las sociedades emisoras son ricas y poderosas, y las sociedades receptoras se ubican en una relación de inferioridad, bien por el nivel menos avanzado de desarrollo, bien porque no han tenido la experiencia de contactar anteriormente con otras culturas, colocándolas en una situación de subordinación y de gran vulnerabilidad.

IMPACTOS NEGATIVOS.

-Diferencias sociales.

Las diferencias sociales entre visitantes y residentes en algunos países en vías de desarrollo, surgiendo cierto resentimiento por parte de la población local hacia el turismo

internacional, y los casos en los que suelen surgir importantes focos de tensión social son aquellos en los que se instauran "guettos" de gran lujo, urbanizaciones lujosas, hoteles... en zonas de gran pobreza, o en los que la ocupación de los puestos de trabajo más cualificados son desempeñados por empleados extranjeros, o la existencia de una inferior retribución salarial de los empleados residentes. De aquí surge, en consecuencia, la nueva forma de colonialismo que toma como base la dependencia de las divisas extranjeras a modo de vía para el desarrollo económico, y es una realidad que se relaciona con el aumento de la prostitución, el crimen, el juego, el terrorismo y las drogas. Y así como el efecto demostración aportaba efectos positivos que mencionamos anteriormente, pueden conllevar consecuencias negativas al ocasionar, en algunos casos, una desculturización y, más específicamente, la desaparición de la cultura de la comunidad receptora ante la cultura dominante de la comunidad emisora visitante. Del mismo modo, los impactos del turismo de masas que no admiten los intercambios culturales entre visitantes y residentes, propician la promoción de imágenes estereotipadas en relación a determinados países y a sus habitantes, intercediendo en las manifestaciones de expresividad sociales y culturales propias de las sociedades receptoras.

Por ejemplo, en Mallorca existe una colonia de casi 40.000 alemanes que ha optado por pasar largas temporadas en la isla. Ello ha dado lugar a la aparición de supermercados especializados en productos alemanes, clínicas exclusivas para estos residentes, revistas y periódicos en alemán e incluso escuelas que siguen el modelo germano. Además la gran avalancha de compradores de este país ha provocado una subida desorbitada de los precios inmobiliarios como mencionábamos anteriormente en los impactos económicos negativos, lo que ha provocado ya algunos brotes aislados de rechazo contra un colectivo que ha mostrado, en su mayor parte, poca disposición a integrarse en la sociedad Balear.

No es situación exclusiva de Mallorca, en la Costa Blanca, Costa del Sol o Canarias también se desarrolla este tipo de turismo, con sus consiguientes ventajas e inconvenientes. La única diferencia es que estos colectivos están formados por ciudadanos de otras nacionalidades, mientras que en el ejemplo anterior la dependencia germana es mucho más marcada. La facilidad de las conexiones aéreas, el clima y los precios son los atractivos valorados por este tipo de turista.

-También sería interesante destacar que han surgido una serie de problemas debido al llamado Tratado Schengen. Schengeland es la denominación dada al territorio que comprende a aquellos estados de la Unión Europea que han acordado la creación de un espacio común cuyos objetivos fundamentales son la supresión de fronteras entre los países, la inseguridad, la inmigración y la libre circulación de personas. Los países afiliados son:

Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Polonia, Portugal, República Checa, República Eslovaca, Suecia y Suiza.

Y cuando hablamos de problemas, nos referidos al tema de la inseguridad, ya que en varias ocasiones tras ataques terroristas, los poderes públicos se han propuesto la revisión de las normas jurídicas que regulan el ejercicio de nuestras libertades, como es el caso este Tratado.

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Cuando empieza a darse el turismo, la población local lo acoge con gran satisfacción. A medida que surge la rivalidad por los recursos locales, este entusiasmo empieza a desaparecer. Cuando hablamos de esta rivalidad, estamos hablando de que existe un umbral de tolerancia en cuanto a la presencia de los turistas.

Mientras que el umbral de tolerancia y los impactos que generen los turistas se encuentren por debajo de éste, la presencia de turistas va a ser siempre aceptada. Una vez que se sobrepase, el descontento va a ir en aumento y va a provocar que la propia calidad del producto turístico decaiga y hace que destinos que tenían un mayor nivel de aceptación, van a perder su capacidad de acogida.



- ✚ Capacidad de carga social: Nivel de desarrollo turístico que resulta aceptable por parte de la comunidad receptora.
- ✚ Capacidad de carga psicológica del turista: Punto tras el cual la presencia de otros turistas estropea la propia experiencia del turista y éste no aguanta más en dicho destino. No resulta fácil medir esta capacidad de carga ya que a algunas personas le gustará más estar rodeada de gente.

IMPORTANCIA DEL CONSENSO DE LA COMUNIDAD LOCAL.

Cuando se planifica la actividad turística, muchas veces se orienta a gusto de los turistas que visitan dicha región dejando al margen a la población residente. Para que la actividad turística sea de calidad, tiene que darse un consenso entre residentes y turistas. Nunca se puede dejar al margen la población local. Es importante que los residentes vean en el turismo una fuente auténtica de beneficios y que a su vez, los propios turistas, tomen conciencia de los efectos que pueden provocar en ese destino y sepan valorar el entorno y la riqueza sociocultural que han elegido como destino turístico.

6.2.3. IMPACTOS URBANÍSTICOS.

✚ IMPACTOS POSITIVOS.

- Regeneración de paisajes degradados:

Ya sea o no a causa de la actividad turística como por ejemplo la recuperación de cascos históricos deteriorados, regeneración de paisajes mineros o industriales, o los procesos de recalificación paisajística planteados en destinos turísticos obsoletos (mejora de la estética de las edificaciones en la fachada marítima, creación de zonas verdes y ajardinadas, adecuación de miradores...) dentro de las estrategias vigentes de actualización competitiva de éstos.

- Rentabilización económica del paisaje:

Al margen de sus valores estéticos, el paisaje encuentra una valoración en términos económicos a través de su concepción como recurso turístico y así adoptar políticas de gestión, ordenación y protección paisajística por parte de las Administraciones públicas.

- Creación y mejora de infraestructuras:

Puertos, aeropuertos, carreteras...

 IMPACTOS NEGATIVOS.

- Alteración de paisajes:

La alteración absoluta de paisajes litorales, a través de procesos de urbanización muy cercanos a la línea de costa, y con morfologías constructivas, alturas y volumetrías que constituyen barreras infranqueables a la permeabilidad visual.

- La degradación de la imagen tradicional:

Especialmente de los cascos históricos en las ciudades, por la propia masificación de la afluencia turística, o por la implantación de tipologías inadecuadas en elementos visuales vinculados a la actividad (señalización, mobiliario urbano, anuncios exteriores o estética general deficiente en los establecimientos comerciales dirigidos a los visitantes, etc.)

- El deterioro visual:

De áreas o hitos de elevada potencialidad paisajística en espacios rurales y de montaña, a partir de la diseminación de edificaciones (especialmente residencias secundarias) o instalaciones vinculadas a prácticas turísticas (remontes, centros deportivos, nuevas carreteras a focos turísticos, etc.)

6.2.4. IMPACTOS AMBIENTALES.

Toda actividad económica implica la utilización de unos recursos a la vez que el entorno donde se realiza esa actividad se va a ver afectado. Cualquier cambio en el entorno realizado por el hombre va a tener un impacto que podrá ser positivo o negativo en lo que respecta a su bienestar.

En la actualidad, las principales preocupaciones respecto al medio ambiente se centran en los impactos resultantes de la producción de actividades económicas implementadas en aras de desarrollo. Especialmente, la preocupación se centra en el proceso de degradación que pueden experimentar los recursos naturales que son utilizados en el desarrollo de dichas actividades económicas y en el grado de irreversibilidad de ese proceso.

Concretamente, la actividad turística tiene impactos considerables sobre el entorno. Stankovic (1991) afirma que *“el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística”*. Asimismo, la preocupación por la situación de algunas áreas turísticas tradicionales, lleva a Krippendorf²³ a afirmar que *“el turismo destruye todo lo que toca”*. Efectivamente, existen límites a la capacidad de adaptación de los ecosistemas, que se reflejan en una reducción irreversible de la diversidad ecológica. Algunos destinos muestran signos de crisis y estrés que exigen un cambio de actitud de los actores implicados en la industria turística: las empresas, las autoridades, la población residente y los visitantes. Algunos ejemplos son:

- ✚ En el Himalaya, la afluencia de visitantes ha dado lugar a la aparición de basureros en campamentos base y ha acelerado el proceso de deforestación al atender las necesidades de los turistas mediante el uso intensivo de leña (calefacción, aseo diario...)
- ✚ En Suiza, la montaña se ha convertido en un destino congestionado. El aumento de las estaciones de esquí, de rutas para senderistas...ha ocasionado graves problema de deforestación y degradación de áreas alpinas.
- ✚ En el Mediterráneo, la rápida urbanización de las costas desde los años 50 y 60 ha dado lugar a una sobreexplotación de esos entornos, con una masiva urbanización,

²³ Krippendorf, J. (1987): *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*, Heinemann, London.

destrucción de espacios con un gran valor paisajístico, zonas húmedas etc.

Países como España, cuyo desarrollo turístico se ha basado en oportunidades objetivas del mercado como (aparición de vuelos chárter y los paquetes turísticos) han desarrollado durante años su actividad turística de forma espontánea y desordenada, sin atender a la conservación y mejora del entorno natural. Como resultado, la destrucción del paisaje ha sido intensa, especialmente en las zonas costeras donde se concentra un número elevado de turistas. Todo ello, a pesar de que, como afirma Krippendorf (1987) *“el paisaje es la razón de la existencia del turismo y su fuerza económica”*.

IMPACTOS DEL TURISMO RURAL.

Incluso lo que hoy en día se conoce como turismo verde, turismo alternativo, turismo rural o ecoturismo tiene un impacto que no puede ser menospreciado. La búsqueda de alternativas al turismo tradicional ha llevado a explorar destinos cada vez más novedosos, en muchos casos con ecosistemas frágiles que corren el riesgo de una rápida e irreversible degradación. Es cierto que los turistas son cada vez más sofisticados y exigentes, manifestando motivaciones más complejas y variadas. La fórmula sol y precios bajos, que había dado buenos resultados en décadas anteriores, está siendo sustituida por destinos alternativos, capaces de responder a sus expectativas de un entorno natural no degradado.

MAYOR CONCIENCIACIÓN EN PAÍSES DESARROLLADOS

Las sociedades de los países desarrollados están experimentando una creciente preocupación por estas cuestiones. Tanto la denuncia de los especialistas, como las presiones procedentes de los medios de comunicación o la legislación desarrollada recientemente en la Unión Europea, han contribuido a concienciar a la población. Algunas compañías privadas se han sumado a este movimiento verde tras comprender que sus beneficios pueden ser mayores: el cumplimiento de los mandatos legales sobre conservación del medio ambiente puede mejorar la eficiencia en los costes al tiempo que aumenta el atractivo de los productos para el consumidor, además contribuye a

ofrecer una buena imagen de la empresa. La Unión Europea intenta estimular este tipo de prácticas en las empresas privadas, que pueden adherirse voluntariamente a un sistema comunitario de gestión y auditoría.

DIFERENTES PRIORIDADES EN PAISES EN VIAS DE DESARROLLO

El caso de estos países es muy diferente. Su prioridad es elevar el nivel de vida de sus ciudadanos y su desarrollo económico está basado en la explotación de los recursos naturales. La difícil situación económica y social ha hecho que muchos países vean el turismo como una actividad rentable, que puede generar un nivel de renta y empleo para su población muy difícil de alcanzar con otras actividades económicas. En este contexto, la preocupación por los problemas medioambientales se considera un lujo.

DESARROLLO SUSTENTABLE

En los últimos años, la preocupación por los problemas medioambientales ha conducido a considerar la idea de generar actividades económicas sustentables. El concepto de desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Aunque resulta difícil trasladar esta idea a la realidad productiva de los países, existen algunas directrices básicas que deberían tenerse en cuenta. Así, en la Conferencia de Río de 1992 se señalaba la necesidad de:

-  Respetar y cuidar la comunidad de vida.
-  Mejorar la calidad de la vida humana.
-  Conservar la vitalidad y la diversidad de la Tierra.
-  Minimizar la destrucción de recursos no renovables.
-  Mantenerse dentro de la capacidad de carga de la Tierra.
-  Cambiar las actitudes y prácticas de la población para adoptar la ética de la vida sustentable.
-  Capacitar a las comunidades para cuidar de sus entornos.

- ✚ Promover un esquema nacional para integrar desarrollo y conservación.

TURISMO SUSTENTABLE.

En el campo del turismo, se introduce el concepto de turismo sustentable, con la pretensión de compatibilizar el desarrollo turístico y la conservación de los recursos utilizados en dicho desarrollo. Se trata de adoptar una visión de la actividad más a largo plazo, centrada en la preservación de aquellos elementos que han favorecido el nacimiento de un destino turístico. La protección del medio ambiente, mediante la conservación de los recursos de los que depende el turismo, puede aportar grandes ventajas a los mercados turísticos que se traduce en: mayor satisfacción de los consumidores, mayores oportunidades de inversiones futuras, un estímulo para el desarrollo económico y una mejora del bienestar de la comunidad receptora. En definitiva, el objetivo que preside la actuación económica –obtener el máximo beneficio – y el objetivo ecológico- guiado por la idea de conservar y hacer un buen uso de los recursos renovables o no renovables, intentando resolver las áreas de conflicto que inevitablemente han de surgir.

✚ **IMPACTOS POSITIVOS.**

Los impactos que la actividad turística tiene sobre el entorno en el que se desarrolla y asienta son muy diversos. Puesto que las atracciones naturales, por sí solas, son insuficientes para satisfacer a los turistas, necesitan ser completadas con otros elementos de apoyo, como infraestructuras-deportivas, sanitarias, aeropuertos, etc.-y alojamientos.

-Revalorización del entorno natural.

Las situaciones de crisis y estrés de un destino han dado lugar a la aprobación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental. Puesto que un entorno bien preservado tiene un valor real para la actividad turística y, por tanto, para la economía local y nacional, el turismo puede contribuir a revalorizar el entorno natural de una zona.

-Adopción de medidas para preservar los tesoros de la zona.

Uno de los ejemplos más conocidos es la creación de figuras como los parques naturales, que tienen como finalidad proteger la flora y fauna autóctona y los espacios de gran belleza paisajística. En algunos países africanos constituye un instrumento de primer orden de cara a preservar las especies animales en peligro de extinción. La restauración y preservación de edificios y lugares históricos también está estrechamente relacionada con la actividad turística.

-Estándares de calidad

La aplicación del programa Banderas Azules de la Unión Europea ha respaldado el establecimiento de estándares de calidad en zonas turísticas de playa y ha favorecido la apreciación y toma de conciencia de la importancia que tienen los recursos ambientales en la experiencia turística. Este programa ha sentado un precedente para el desarrollo de estándares de calidad ambiental y ha permitido promocionar ciertas zonas costeras.

-Mayor involucración de la Administración

Por otro lado, el turismo ha sido responsable de la introducción de iniciativas de planificación por parte de la Administración, con el fin de mantener y controlar la calidad ambiental. Desgraciadamente, muchos de estos planes han llegado cuando ya existía un elevado grado de deterioro de los recursos y atracciones.

IMPACTOS NEGATIVOS

-Arquitectura no integrada en el paisaje.

Entre los problemas que ocasiona el desarrollo de los *resorts* turísticos, se deben destacar aquellos de tipo urbanístico y arquitectónico (arquitectura estandarizada), que pueden quedar englobados bajo la denominación *contaminación arquitectónica*. Existen numerosos ejemplos de desarrollos urbanos no integrados en el paisaje, con yuxtaposición de edificios con estilos arquitectónicos diferentes, colores diferentes etc, que no siguen las formas de construcción habituales de las áreas receptoras y las tradiciones urbano-

arquitectónicas de la zona.

Los *resorts* de playa, por ejemplo, han creado cinturones urbanos caóticos e interminables a lo largo de zonas costeras, constituyendo auténticas barreras físicas y visuales entre las zonas residenciales y las atracciones principales. El ejemplo de España nos sirve para valorar la magnitud de este fenómeno: el uso turístico-recreativo de la costa catalana representa el 60% de su litoral, el 41% en el caso de Andalucía, el 35% en Baleares y Canarias, mientras que el suelo no urbanizable de la franja costera en la Comunidad Valenciana es sólo el 13,5% del total, según Vera y Marchena²⁴.

-Segregación de los residentes locales en países no desarrollados.

Además de los impactos estéticos y paisajísticos, este tipo de desarrollos arquitectónicos provocan la segregación de los residentes locales, especialmente en los países menos desarrollados donde la población receptora no dispone de recursos suficientes para acceder a las facilidades turísticas.

-Tratamiento de residuos.

En algunos resorts turísticos saturados de visitantes surgen graves problemas con el tratamiento de las basuras, desde su recogida hasta su almacenamiento-aparición de vertederos incontrolados- y la depuración de aguas residuales, puesto que las inversiones requeridas son elevadas y las autoridades locales no disponen de suficientes recursos para llevarlas a cabo.

-Contaminación.

Por otra parte, la congestión del tráfico por la creciente utilización del automóvil en algunos destinos masificados o saturados (tanto en playas como en la montaña), afecta a la calidad del entorno residencial y natural. La contaminación acústica y la polución del aire serán mayores en aquellos destinos donde predominen las construcciones verticales con elevadas alturas, que permiten acoger un alto número de visitantes en espacios geográficos

²⁴ Vera, J.F y Marchena, M (1996): “El modelo turístico: perspectiva económica y territorial”, en *Introducción a la economía del turismo en España*, Ed. Civitas, Madrid, pp. 3278-364.

de dimensiones reducidas. También se ha llegado a hablar de la contaminación lumínica.

-Erosión de la zona.

En las zonas montañosas, la proliferación de actividades deportivas utilizando mountain bikes, vehículos todo terreno, motocicletas etc, además de perturbar la tranquilidad del entorno, afectando el hábitat natural,-la flora y fauna-, ocasiona graves problemas de erosión.

-Rivalidad en la utilización de los recursos naturales.

Por último, debe ser mencionada la competencia que se establece entre el turismo y otras actividades económicas. Así, por ejemplo, la demanda de suelo para actividades turísticas, sustrae suelo para el desarrollo de otras actividades, como por ejemplo la agricultura; la construcción de una carretera o un aeropuerto afectará al hábitat del entorno. Otro ejemplo es la utilización del agua, que en algunas zonas constituye un recurso escaso. Las necesidades de agua para atender las necesidades de los visitantes de algunos resorts y algunas actividades deportivas –el golf- pueden afectar al desarrollo agrícola y al equilibrio ecológico de la zona. El desequilibrio hidrológico puede favorecer la proliferación de incendios y la desertización.

7. CONCLUSIONES.

Los objetivos del presente trabajo como hemos comentado al principio eran los siguientes:

-  Tras definir el concepto de turismo, conocer el inicio y recorrido del mismo para ver sus cambios, evoluciones y nuevas tendencias, así como su relación con el ocio.
-  Conocer la definición de impacto turístico.
-  Estudiar en profundidad los impactos que genera el turismo en todas sus variantes.
-  Elaborar una serie de propuestas para tratar de reducir los impactos negativos y por el contrario intentar aumentar los impactos positivos, así como reconocer qué tendencias turísticas de las mencionadas anteriormente se deberían promocionar

más debido a los beneficios que generaría.

-Tras haber realizado el trabajo de investigación, pienso que he cumplido los objetivos que me había marcado al comienzo del mismo ya que en primer lugar, he conocido de manera mucho más exhaustiva como se inició el turismo y la relación que ha mantenido con el ocio a través de la historia. Ya sabemos por tanto, que no siempre ha tenido una connotación positiva ni que siempre estuviese bien visto, sino que dependiendo va a ir dependiendo de la sociedad en la que nos ubiquemos.

-Otro aspecto que pienso que cabe señalar es la importancia del papel que han tenido los sistemas de transporte para la movilidad de visitantes, viajeros y turistas que se han ido desarrollando conforme crecían las necesidades de la sociedad, ya que sin ellos hubiese sido imposible el transporte de viajeros.

- Con respecto a las nuevas tipologías de turismo según mi opinión, España es incontestablemente uno de los líderes mundiales en turismo, tal y como atestiguan los principales indicadores de volumen (viajeros, pernoctaciones o gasto), pero existen todavía en la actualidad una serie de retos unidos al modelo de desarrollo de nuestra industria turística y es el de superar la bipolaridad de la oferta turística entre los productos asociados al sol y playa y el resto de productos; la concentración de la demanda en el tiempo y el territorio, vinculada en su mayor parte al producto mayoritario cuyo momento de disfrute coincide con los grandes periodos vacacionales y en zonas costeras; o la fuerte dependencia de nuestros principales mercados emisores, además ,para hacer frente a estos retos Gobierno de España aprobó el **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT)** poniendo de manifiesto su compromiso con una industria estratégica clave para la recuperación económica y la generación de empleo.

Desde mi punto de vista, se tendría que promover más ciertas tipologías de turismo como por ejemplo el turismo cultural para luchar contra la estacionalidad, además de contar con un amplio abanico de opciones como el turismo gastronómico, de compras que se está convirtiendo en una forma de turismo potencial muy importante para la economía ya que el nivel de gasto por persona y día es elevado. En España tenemos el ejemplo de Las Rozas Village en Madrid y La Roca Village en Barcelona.

-El turismo de negocios también es atractivo y tiene cada vez más cuota de mercado. En España, de nuevo, Madrid y Barcelona son de las ciudades con un mayor número de eventos de negocios.

- Dentro del turismo deportivo, el turismo de golf se ha convertido en un excelente complemento para la dinámica del sector sol y playa, logrando atraer a visitantes internacionales y locales de alto poder adquisitivo. Las perspectivas a futuro también son interesantes, teniendo en cuenta que el golf es uno de los deportes con mayor proyección turística a nivel mundial. Además, España es el principal destino turístico en la práctica de este deporte.

- El turismo náutico es otro segmento muy de moda que contribuye una serie de beneficios económicos así como en la diversificación de la oferta turística, ya que se puede practicar en cualquier época del año.

-El turismo de salud ha sido una de las novedades y apuestas de Fitur este mismo año, ya que cuenta con un gran crecimiento potencial y más aún de previsión de facturación para los próximos años. Esta tipología no para de promocionarse, de hacer centros de talasoterapia, Spas, balnearios ya que su uso no es solo por motivos de salud sino para relajarse, desconectar etc...

- Por último pero no menos importante estaría el turismo de lujo, ya que cada vez tiene más auge y es practicado por personas de alto nivel adquisitivo que buscan experiencias vacacionales que supongan una experiencia única, eso sí, sabiendo cuidar al máximo la calidad y el detalle.

Por lo tanto se debería ofertar productos turísticos exclusivos integrados en un destino, y trabajar coordinadamente, ya que si uno de los componentes del sistema falla, proporcionando un producto o servicio que no satisfaga las expectativas del turista, la cadena de valor se romperá, influyendo negativamente en la competitividad global del destino.

Por otra parte en cuanto a los impactos del turismo debemos decir que:

Hemos analizado uno por uno los impactos que causa el turismo sacando así una serie de

conclusiones que son las siguientes:

-El turismo es una actividad muy compleja, no sólo por el número de agentes implicados (empresarios, visitantes, población residente, Administración), sino también, por los efectos que tiene sobre el entorno social y natural, y sobre otras actividades. Por ello, es necesario que su desarrollo se lleve a cabo de la manera más ordenada posible, intentando reducir todos aquellos impactos que pueden repercutir negativamente en el mismo.

- Refiriéndonos a los **impactos económicos** decir que para intentar minimizar los aspectos negativos, se debería llevar una gestión adecuada de los recursos turísticos a priori, donde se vean los lados positivos y negativos mediante una adecuada planificación y a posteriori, se debería llevar a cabo el establecimiento de medidas encaminadas a evitar los problemas que acarrea el fenómeno turístico.

-En cuanto a los **impactos socioculturales** se podría decir que la planificación del turismo debe garantizar un desarrollo integral del turismo, tiene que haber una satisfacción de las necesidades de los turistas y una maximización de lo que es la población residente.

Un término que pienso que debería implantarse en todos los destinos donde haya una fuerte afluencia de turistas es el de capacidad de carga , “el máximo número de personas que pueden utilizar un emplazamiento, sin provocar una alteración inaceptable en el entorno natural, y un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes”.

Partiendo de este concepto, se pueden desarrollar actuaciones que limiten la presión sobre los recursos naturales por parte de los visitantes en algunas zonas turísticas:

- ✚ Acceso restringido: el número de visitantes puede controlarse, por ejemplo, a través del número de entradas vendidas, estableciendo unos precios elevados, por la capacidad de los parkings...
- ✚ Facilidades limitadas: prohibición de construir alojamientos adicionales, limitación de licencias de apertura de actividades...
- ✚ Programación: limitando una o más actividades en diferentes momentos del día, de la semana...
- ✚ Zonificación: incluye la catalogación y evaluación de los recursos ambientales y

turísticos más significativos del área con el fin de elaborar mapas que delimiten las zonas donde la actividad turística y el entorno sean compatibles.

🌈 Desarrollando destinos alternativos en caso de presión excesiva.

-Si pasamos a los **impactos urbanísticos**, lo ideal sería elaborar un PGOU (Plan General de Ordenación Urbanístico) que ponga limitaciones a la edificación y se aplique con rigor la disciplina urbanística de demolición de construcciones ilegales.

Por último, refiriéndonos a los **impactos medioambientales** señalar que es necesario hacer compatibles dos objetivos bien distintos: el objetivo económico (obtener el máximo beneficio) y el objetivo ecológico (conservar y hacer un buen uso de los recursos naturales renovables y no renovables).

Igualmente entre todos deberíamos apostar por unas recomendaciones que implicasen a todos los agentes implicados en la actividad turística para que se pueda llevar a cabo un desarrollo del turismo sostenible.

¿Qué debería hacer el Gobierno?

- Trabajar conjuntamente con los empresarios turísticos para el establecimiento de políticas sustentables.
- Proporcionar una política de incentivos que favorezca el crecimiento equilibrado del turismo.
- Elaborar programas de evaluación de impactos sobre los destinos turísticos.
- Crear audiencias de calidad ambiental.

¿Y la Comunidad local?

- Proporcionar los servicios necesarios y apropiados al visitante.
- Potenciar sus productos locales.
- Tomar decisiones acerca de los distintos proyectos turísticos que haya en la zona.
- Proteger y conservar todas sus normas y tradiciones culturales.

¿Y la industria turística?

- Favorecer un desarrollo equilibrado en el uso del terreno, agua y de toda la riqueza ecológica que disponga dicha zona.
- Incorporar valores medioambientales en los procesos de decisión empresarial.

Por último los turistas

- Elegir destinos con responsabilidad medioambiental.
- Integrarse dentro de la comunidad y no establecer guettos.
- No realizar actividades que tengan un fuerte impacto ambiental
- Apoyar todas las actividades de conservación del medio ambiente.

Con todas estas indicaciones y recomendaciones se podría llevar a cabo satisfactoriamente un desarrollo del turismo sustentable.

8. BIBLIOGRAFÍA.

Álvarez Sousa, A. (1994): *El ocio turístico en las sociedades avanzadas*. Ed. Bosch, Barcelona, p.49.

Burkart, A. A. y Medlik, S. (1981): *Tourism: Past, Present and Future*. Heinemann, London.

Castillo Pérez, R. (2000): “Turismo cultural: los estudiantes extranjeros” en La Tiesa, M. y Álvarez A. (eds): *El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo*. Granada: Proyecto Sur Ediciones.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. y Wanhill, S. (1993): *Tourism. Principles and Prantice*. Pitman Publishing, Great Britain.

Dekadt, E. (1979): *Tourism-Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*. University Press for the World Bank and Unesco New York: Oxford, p.50.

Dumazedier, J. (1971). *Ocio y sociedad de clases*. Barcelona. Ed. Fontanella.

González Seara, L. (1968): *Opinión pública y comunicación de masas*, Ariel, Barcelona, pp. 75-76.

Inskeep, E. (1991): *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand, New York.

Ioannides, D. y Debbage, K. (1997): "Post Fordism and Flexibility: The travel industry polyglot." en *Tourism Management*.

Knebel, H. J. (1974): *Sociología del Turismo*. Cambios estructurales en el turismo moderno. Biblioteca de Ciencias Sociales. Ed. Hispano Europea. Barcelona.

Krippendorff, J. (1987): *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*, Heinemann, London.

Leiper, N. (1990): *Tourism Systems, Department of Managment System*. Occasional Paper 2, Massey University, Auckland, New Zeland.

Mazón, T.M. (1998): "El derecho al trabajo y el derecho al ocio" en *Proyecto Docente*. Universidad de Alicante, Alicante, p.262.

Mazón, T. (2001): *Sociología del Turismo*. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, p.58.

Morère Molinero, N. (1999): "Turismo Cultural" en Bayón Marín, F (Dr): *50 Años del Turismo Español: Un análisis histórico y estructural*. Ed. Centro de Estudios Ramón y Cajal Areces, Madrid. 702.

Munné, F. (1980): *Psicología del tiempo libre*. Un enfoque crítico. Trillas, Méjico.

Munné recoge la etimología de esta voz griega, que significa parar o cesar. El sentido originario de *skholé* fue el estar uno desocupado y, en consecuencia, disponer de tiempo para sí mismo. Coincide, por consiguiente, con el significado literal de la expresión "tiempo libre", op. cit. p. 40.

Panteleeva Iankova, S. (1999): "Evolución histórica del turismo" en *Centro Español de Nuevas Profesiones*, Enero, grupo 1.D.

Pearce, D. (1989): *Tourist Development*. 2d ed. Longman Scientific and Technical, Great Britain.

Sancho, A. y Pérez, J. M (1995): "Tourism demand in Spain: A panel data Análisis. Tourism and Travel Econometric", XLV *International Conference of Applied Econometrics*, Suiza.

Steinecke, A. (1993): "The Historical Development of Tourism in Europe" en Pompl, W., Lavery, P.: *Tourism in Europe. Structures and Developments*, Cab International, Cambridge.

Vera, J.F y Marchena, M (1996): "El modelo turístico: perspectiva económica y territorial", en *Introducción a la economía del turismo en España*, Ed. Civitas, Madrid, pp. 3278-364.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

<http://www.exceltur.org/impactur/>

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Paginas/default.aspx>

<http://www.hosteltur.com/turismo-y-economia>

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/balanzapagos/Paginas/Default.aspx>

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Mensuales/Nota%20de%20coyuntura%20de%20Egatur.%20Enero%202015.pdf>

http://www.ine.es/revistas/cifraine/cifrasine_satelit.pdf

<http://www.interior.gob.es/web/servicios-al-ciudadano/extranjeria/acuerdo-de-schengen>

<http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Paginas/estudio-turismo-salud.aspx>

<http://www.interior.gob.es/web/servicios-al-ciudadano/extranjeria/acuerdo-de-schengen>

<http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

<http://www.sinapsit.com/psicologia/piramide-de-maslow/>

http://www.tendencias21.net/Espana-lidera-el-turismo-de-golf-en-Europa-concentra-el-35-del-mercado_a26257.html

<http://10tipos.com/tipos-de-turismo/>

<http://www.tourspain.es/Documents/Plan%20de%20Turismo%20de%20Compras.pdf>

