

5. La oferta turística. Componentes de la oferta turística.

La investigación turística puede realizarse desde la perspectiva de la demanda y de la oferta turística, y de forma habitual, se realiza con un enfoque mixto, analizando conjuntamente la oferta y la demanda. Destacamos al mismo tiempo, los estudios actuales realizados desde las diferentes administraciones turísticas y desde el ámbito académico, donde se contempla el análisis de la oferta y de la demanda turística y al mismo tiempo, se analiza el turismo desde la perspectiva de la sostenibilidad, de forma, que se contemplan determinados aspectos, como, por ejemplo, el análisis y medición de impactos ambientales, económicos y sociales en el territorio de actuación.

El estudio del turismo desde la perspectiva de la oferta se ha interpretado como el conjunto de actividades productivas diseñadas para la atención de los visitantes, o bien, cuyos resultados más importantes están destinados al consumo turístico de los mismos.

La oferta turística ha sido definida como “el **conjunto de productos y servicios turísticos** que se ponen a disposición de personas usuarias turísticas en un destino determinado para su disfrute y consumo”. “La delimitación del concepto oferta turística, presenta, sin embargo, algunas complicaciones. De este modo, existe una clara tendencia a considerar las agencias de viajes e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de esta oferta cuando, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas” (OMT, 1998).

La **oferta turística**, según SEGITTUR, está integrada por diferentes elementos:

- * **Atractivo turístico:** conjunto de elementos materiales y/o inmateriales, susceptibles de ser transformados en un producto turístico, que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio (destino turístico).
- * **Patrimonio turístico:** conjunto de recursos naturales y obras humanas, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan.
- * **Producto turístico:** conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico.
- * **Recurso turístico:** cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico (clima, paisaje, elementos del patrimonio, etc.) que pueda motivar el desplazamiento con el móvil de la curiosidad o el poder realizar alguna actividad física o intelectual. La atracción principal a un determinado destino turístico se relaciona en muchas ocasiones con los recursos turísticos.
- * **Planta turística:** es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin.
- * **Equipamiento turístico:** es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Son elementos primordiales de la oferta turística, en concreto, los elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas.
- * **Infraestructura turística:** el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad.
- * **Servicios complementarios:** los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo.

La oferta turística general incluye el **conjunto de sectores, establecimientos y medios**, que hacen posible al viajero el desarrollo de la actividad turística, esto es:

- * Los diferentes **establecimientos de alojamiento** en sus diferentes categorías existentes en cada Comunidad Autónoma.
- * La **restauración** con una tipología también muy diversa en relación a las diferentes formas de gestión empresarial y la proyección comercial realizada.
- * Las **actividades** de ocio y tiempo libre.
- * El **transporte** en sus distintas modalidades.
- * Las **oficinas de turismo** de titularidad y especialización diferente dependiendo de los casos, pero con servicios destacados de información, documentación y difusión del destino.
- * Las **empresas de intermediación y organización de los servicios turísticos** como las agencias de viaje, las centrales de reserva, los turoperadores, etc.
- * Los y las **guías de turismo**.

Y en general, todas las entidades cuya finalidad, es el **fomento del turismo en la zona de actuación**. Normalmente en este análisis, se incluye la oferta reglada y la no reglada (lugares no controlados y privados para uso turístico, tales como viviendas familiares).

Las distintas fuentes oficiales generan datos documentales y estadísticos (ayuntamientos, administración autonómica, consorcios, observatorios turísticos, certificaciones de calidad, etc.), y toda la información de los establecimientos registrados que cumplen con la normativa de aplicación (turística, urbanística, ambiental y accesibilidad), y desarrollar acciones conjuntas para el desarrollo turístico.

La creación de la oferta turística requiere no sólo de inversión, también se necesita realizar estudios rigurosos que permitan la adaptación al perfil de la demanda y aseguren la rentabilidad económica. En muchos casos, esta oferta se genera esperando conseguir una demanda, situación que como es lógico entraña riesgos. La situación contraria, de la demanda como impulsora de la oferta resulta de gran utilidad en zonas de desarrollo incipiente, pero conlleva riesgos o inconvenientes como un crecimiento desordenado, desequilibrios temporales o aparición de destinos competidores.

ACTIVIDAD 2

En turismo, disponer de información rigurosa de los distintos elementos que configuran la oferta - básica y complementaria según tipologías de acuerdo con la normativa correspondiente en cada territorio.

¿A qué entidad/es podría dirigirse en su zona de residencia para conseguir información sobre la oferta turística?

6. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.

Los datos relativos al origen y evolución de turismo son considerados esenciales para entender el fenómeno y los cambios que se han ido produciendo en el tiempo hasta llegar al momento actual.

“El turismo es un fenómeno social que surge como consecuencia del grado de desarrollo que, con el transcurso del tiempo, ha ido adquiriendo la humanidad. Tiene su origen en la industrialización progresiva, las aglomeraciones urbanas y la psicología del vivir cotidiano. Su evolución se ha visto ampliamente favorecida por el desarrollo de las comunicaciones y el transporte, el aumento del nivel de vida de la sociedad, la disponibilidad de tiempo libre, y la conquista paulatina de las vacaciones pagadas”. (MIGUEL ACERENZA, 2006).

El turismo como lo conocemos en la actualidad no siempre ha existido, si bien, lo que ha habido en todas las civilizaciones, épocas y culturas, han sido desplazamientos voluntarios realizados con fines diversos. Los motivos de las personas que se desplazaban antes de los siglos XVI y XVII, eran bastante diferentes a los movimientos realizados específicamente por ocio y recreo.

Los análisis actuales indicados basados específicamente en criterios sociológicos, económicos y de la demanda, teniendo en cuenta las diferentes motivaciones y el gasto turístico, hacen difícil situar un momento específico para la aparición del turismo.

El turismo a lo largo del tiempo ha pasado de ser un privilegio de unos pocos a convertirse en una actividad económica y un fenómeno social generalizado al alcance de todas las personas. En el mundo antiguo, es verdad que ya existieron viajes motivados por el deseo de explorar nuevas tierras, religión, política, salud, comercio, entretenimiento, relaciones sociales, etc., si bien, su desarrollo como actividad económica se sitúa en la revolución industrial, momento en el que se consolida la burguesía como clase dominante, con recursos económicos y disponibilidad de tiempo para realizar viajes.

Algunos autores sostienen que en realidad en el paleolítico ya había turismo, puesto que identifican turismo y viaje. Si se identifica de forma tan sencilla, asociado a un desplazamiento, efectivamente el turismo es tan antiguo como la aparición de las personas.



“Los cazadores del Paleolítico viajaban para hacer deporte y para encontrarse con otros cazadores con los que practicar el trueque. Los agricultores y los ganaderos del neolítico comerciaban con los excedentes de sus cosechas concurriendo a los mercados de otros núcleos de población” (VALENE L. y BRENT, M., 2001).

Imagen 1.3: Arte Rupestre del Paleolítico.

La palabra “*tour*” de la que deriva “*tourisme*” implica viajes de ida y vuelta, y, por tanto, no incluyen estos viajes lineales realizados por los nómadas.

“Si se resalta que es un viaje de placer oscurece su origen ya que no es posible establecer una fecha aproximada para la aparición de una sensación subjetiva como es el placer. Y, al ponerse el acento en la masificación de los viajes, se aventura que el turismo tiene poco más de medio siglo. Entre dos millones y 55 años hay opciones para todos los gustos, pero ninguna de ellas apoyada en criterios científicos. Solo la visión microeconómica, al identificar el turismo como un plan de desplazamiento de ida y vuelta permite proponer que estamos ante un servicio que empezó a producirse hace del orden de cinco mil años, cuando se desarrollaron las ciudades y se contaba ya con medios para el vencimiento de la distancia” (MUÑOZ, F., 2004).

Dejando de lado este debate del origen del turismo moderno, los viajes como veremos, se relacionan a lo largo del tiempo, con sucesivos **acontecimientos históricos** y **avances tecnológicos** excepcionales, que determinan la aparición y los cambios sucesivos en la historia de la humanidad. El turismo ha estado vinculado de forma directa y decisiva con el progreso técnico de la historia del hombre.

Uno de los legados al turismo actual de las diferentes civilizaciones es el rico patrimonio arquitectónico, histórico y cultural de las diferentes sociedades antiguas, medievales, modernas y contemporáneas, con todo tipo de elementos, construcciones y estructuras que han llegado hasta nuestros días, y que sin duda ofrecen extraordinarias posibilidades para el negocio turístico.

El Mundo Antiguo

Los viajes implican **desplazamiento**, y entendido de este modo, los primeros que surgen se realizan con el fin de exploración de nuevos territorios.

El Imperio Romano se extiende por el Mediterráneo y surgen los primeros viajes de exploración de las civilizaciones y territorios ocupados. Junto al interés por conocer otras culturas del mundo antiguo, entre las motivaciones del viaje se encuentran también la religión, el comercio y el cuidado de la salud. Con el cristianismo, la religión se extiende por el Imperio Romano y surgen las peregrinaciones que generan grandes movimientos de personas de un lugar a otro.

Los primeros antecedentes de la atracción por las aguas termales pueden hallarse en la época romana bajo la influencia griega y etrusca, en particular, fueron ellos los que trasladaron estos hábitos a un hecho cultural y sociológico. Este hecho se puede constatar por el patrimonio arquitectónico que nos ha dejado (edificaciones, fuentes termales, salarios, lugares de juego, etc.).

En la Grecia clásica, por su parte, se dio al mismo tiempo, una extraordinaria importancia a la cultura, la religión, la diversión, el deporte, y la salud. Entre las motivaciones de los diferentes desplazamientos, destacan los realizados con motivo de la religión y del deporte en concreto la celebración de Juegos Antiguos, por ejemplo, los Olímpicos que se celebraban cada cuatro años en la ciudad de Olimpia (776.a. C) donde se sucedían las diferentes pruebas.



Imagen 1.4: Villa de Olimpia. Importante santuario y lugar de celebración de los Juegos Olímpicos.

Recuperado de <https://estudiosolimpicos.es/>

La Edad Media: Alta Edad Media hasta el s. XI y Baja Edad Media hasta el s. XV

El Imperio Romano de Occidente se derrumba con las invasiones bárbaras (germanos, eslavos y tártaros, 476 d. C) y desde este momento, se inicia la etapa de la Edad Media que llega a su fin con la caída del Imperio Romano de Oriente (1453 d. C).

Se suceden en toda la etapa, importantes y trascendentales hechos históricos (invasiones, rebeliones, guerras santas, etc.), que dan como resultado nuevas relaciones religiosas, políticas y sociales. Se mantiene la importancia de los movimientos religiosos, auge del comercio, surgen las primeras universidades, entre otros hechos importantes.

Con respecto al interés por la salud, como en cualquier otra motivación turística, registra momentos donde se intensifica y otros que, queda al margen, como en el caso del termalismo en el cristianismo medieval. Se mantiene su interés, pero ligado a la religión, por ejemplo, en los monasterios.

Surgen los monasterios benedictinos y las abadías, y en torno a ellos se organizó núcleos o villas. Nace la ciudad feudal, los castillos y los territorios de los señores feudales o feudos. En todo este conjunto medieval se localizan diferentes monumentos, que hoy son joyas arquitectónicas de gran valor turístico.

Se mantienen los movimientos de fieles del mundo cristiano y surge el islamismo que se extiende por diferentes puntos (Imperio Árabe, África, Egipto, España, etc.). Las peregrinaciones generan contacto entre diferentes civilizaciones y cruce de múltiples factores culturales. En torno a estos desplazamientos impulsados por la religión surgen distintos establecimientos para ofrecer servicios a los viajeros (fondas, mesones, hospederías, etc.).

El mundo árabe como sabemos deja en nuestro territorio extraordinarias muestras del patrimonio histórico (la Alhambra de Granada, Medina Zahara de Córdoba, e interesantes formas urbanas que se mezclan con los poblados ibéricos como, por ejemplo, Molina de Aragón, Albarracín, etc.).

El valor artístico religioso se presenta en diferentes magnitudes. La religión deja su huella y su importante legado, en el patrimonio histórico y cultural. Un ejemplo extraordinario son las catedrales (Sevilla, León, Burgos, etc.).



Imagen 1.5: Catedral de Burgos.

El mundo artístico e intelectual es a su vez extraordinario, surgen diferentes instituciones educativas, y aparecen las primeras universidades (Bolonia, Roma, Paris, Oxford, Salamanca, etc.).

Las relaciones comerciales, se mantienen y cobran una importancia extraordinaria. Por ejemplo, Venecia se convierte en un destacado puerto comercial y centro receptor turístico.

La obra de “*Los Viajes de Marco Polo*” es uno de los libros más importantes de la historia, sirvió para conocer su viaje por nuevas tierras y culturas, y comerciar con nuevos productos. Con él llegan las primeras noticias sobre China, Tailandia, Ceilán, Tíbet, India, Birmania, entre otros, y contribuye de manera decisiva a despertar el interés por el Oriente. Se crean los primeros mapas de Asia.

La Edad Moderna: Invasión Turca de Constantinopla (1453) – Revolución Francesa (1789) - Siglos XV-XVIII.

Edad marcada por destacados cambios políticos, religiosos, sociales y culturales, importantes descubrimientos de nuevos mundos y extraordinarias aportaciones al saber humano, que cambiaron la historia universal y turística, al contribuir de forma decisiva a fomentar el interés por conocer otros lugares y rincones.

El comercio mantiene su importancia y el interés por la exploración de nuevas tierras y productos, se producen grandes descubrimientos y expediciones marítimas por parte de españoles, portugueses, franceses, ingleses y holandeses (América - Cristóbal Colón 1492, Océano Pacífico - Núñez de Balboa 1513, Estrecho de Magallanes - Fernando de Magallanes 1520, entre otros).

Extraordinario resurgir del mundo de las Artes, las Letras y la Arquitectura. Con la imprenta se abre un nuevo momento de difusión y acercamiento masivo de la cultura, con ella aparecen las guías de viajeros o los diarios de viaje (Diario de Viaje de MICHEL DE MONTAIGNE).

En Italia, se inicia el Renacimiento, caracterizado como conocemos, por la creación de magníficas obras de pintura, escultura, arquitectura, música, literatura, etc.

A partir del renacimiento, surgen importantes construcciones arquitectónicas, como son, los palacios (Versalles) o los castillos en Francia (Fontainebleau).

En este período se producen extraordinarias aportaciones del saber humano: pintura (Greco, Velázquez, etc.), música (Beethoven, Bach, Mozart, etc.), filosofía (Descartes, Bacon, Leibnitz), ciencia (Newton, Galileo, Linneo, Copérnico, entre otros).

“Cuando un viajero retorna a su hogar, no permitáis que deje tras de sí completamente a los países que visitó, sino haced que mantenga un intercambio epistolar con aquellos de sus conocidos que son más valiosos”. (BACON, F.).

El estudio de todas las obras de arte y de literatura relacionadas con los viajes (como el Grand Tour) es un campo extraordinario de investigación de las costumbres, los gustos, inquietudes, y todo lo que iban adquiriendo en los distintos recorridos (libros, mapas, antigüedades, dibujos, etc.), que en realidad hacían funciones prácticas de preparación del viaje, y como objeto de recuerdo.

Se mantienen las peregrinaciones, y además de la posibilidad de alojarse en los monasterios, palacios, en torno a estos viajes surgen también los primeros hoteles.

La inclinación y el gusto por los viajes de la realeza y de los aristócratas se intensifica. De este modo, en la Inglaterra del s.XVII - XVIII se inician los viajes a la Europa Continental de jóvenes aristócratas acompañados por sus tutores y sirvientes, realizados para complementar la formación y tener nuevas experiencias: “Grand Tour” y “Petit Tour”. Como apoyo a estos viajes, se publican guías y también surgen servicios de acompañamiento y atención a los estudiantes.

Un factor que contribuyó a la expansión de estos viajes en Gran Bretaña fue el final, en 1763, de la guerra de los Siete Años. El conflicto finalizó a favor de las Islas Británicas frente a su rival, Francia.

En el estudio histórico del Grand Tour como origen del turismo moderno hay división de opiniones. El abanico de motivaciones en estos viajes es muy amplio (formación, prestigio social, capricho, moda, salud física y mental). Para algunos autores, son el precedente del turismo contemporáneo, reconociendo en todo caso que, el Grand Tour estaba motivado por la educación. Para otros, implican motivaciones radicalmente opuestas a las que definen el turismo moderno y no puede ser considerado como un precursor del turismo, si se concibe como flujo de viajes de vacaciones. Si se analiza teniendo en cuenta la preparación de desplazamientos circulares, programas de visitas y estancias, en ese caso, se pueden encontrar ciertas similitudes con el turismo moderno. (MUÑOZ, F., 2004).



“Grand Tour” (s.XVII): viajes de larga duración destinados a completar la formación académica de los jóvenes aristócratas (principalmente británicos, y también franceses e italianos). A lo largo del tiempo este tipo de viaje se extiende de forma que, se tipifican los itinerarios, se marca duración y aparecen otros destinos.

Surge el “Petit Tour” con precios más asequibles en ciudades como París o Bruselas, que puede considerarse el primer paquete turístico.

Imagen 1.6: recuperado de https://archive.org/details/gri_33125009310760

Las ciudades italianas (Roma, por ejemplo), reciben todo tipo de viajeros, comerciantes, artistas, buscadores de arte y antigüedades, de forma que, aprovechando esta situación surge una red de artistas para responder a esta demanda (primeros souvenirs), que podían visitarse en sus talleres de trabajo.

Junto con los viajes de educación y de negocios, se mantienen los viajes por motivos de salud en toda Europa (por ejemplo, Vichy, Francia).

Las motivaciones de los viajes, es verdad que eran muy distintas, pero, aunque existe atracción por los paisajes naturales, los destinos preferidos en esos momentos eran principalmente las ciudades.

Edad Contemporánea: Revolución Francesa (1789) – Actualidad.

Se trata de un período definido por destacados acontecimientos históricos, políticos y tecnológicos, que transformarán la humanidad y, por tanto, el mundo del turismo.

Unido a los diferentes acontecimientos políticos, la Revolución Industrial nacida en Inglaterra marca el rumbo de todo el mundo en el siglo XIX.

La Revolución Francesa, con sus reformas políticas, económicas y sociales da como resultado una sociedad completamente diferente. En Europa surgen naciones nuevas de gran fuerza económica, como Inglaterra y Alemania, dos países que con su afán de crecimiento y poder conducen a la Primera Guerra Mundial (1914-1919). También tiene lugar otro hecho histórico importante, la Revolución Rusa, que origina la URSS.

En el año 1939, Alemania propicia de nuevo la Segunda Guerra Mundial, apareciendo dos nuevos estados (República Federal de Alemania y República Democrática Alemana).

Tras la Segunda Guerra, comienza la reconstrucción europea. Con la industrialización da comienzo uno de los procesos de transformación de la sociedad más importantes de toda la historia. Tras años de lucha por la defensa de los derechos de los trabajadores, se consiguen mejoras en las condiciones laborales, y en la disponibilidad de tiempo libre para disfrutar del turismo.

En la definición del nuevo escenario social, encontramos intelectuales únicos en la historia y excepcionales avances en todos los campos del saber humano: científicos (Alexander Von Humboldt o Charles Darwin), medicina (Pasteur), psicología (Freud), filosofía (Nietzsche), Música (Wagner), pintura (Renoir, Picasso, Dalí), escritores (Goethe, Wilde) y un largo etcétera.

El siglo XIX fue en realidad, el momento en el cual se difunden muchas de las invenciones del siglo anterior. El turismo, como se ha indicado en relación a otras épocas, se verá beneficiado de todos los avances científicos y descubrimientos extraordinarios.

Se suceden diferentes inventos decisivos (radio, teléfono, televisor, computador, etc.) y por supuesto, el **desarrollo de los transportes**. La dependencia existente entre los ejes de comunicación y el desarrollo del turismo es evidente. En determinados casos, el centro receptor ha desarrollado las vías de comunicación hacia él, y en otros casos ha sido, al contrario, las nuevas vías han posibilitado el desarrollo de nuevos núcleos receptores.

En la segunda mitad del s. XIX se asiste al desarrollo del ferrocarril y de la industria ligada al mismo, originando concentraciones importantes (Gran Bretaña, Alemania, Francia, etc.) con centros destacados como Dublín, Edimburgo, Berlín, o Lyon.

El automóvil también ha ido evolucionando con el tiempo, y se ha pasado de una primera etapa artesanal donde se le consideraba como un artículo de lujo, a momentos de fuerte impulso de la más revolucionaria industria de todos los tiempos, por los importantes cambios que produjo en todas las sociedades. La industria del automóvil lleva asociada otras fabricaciones de materiales necesarios para el acabado final, que a su vez produjeron concentraciones importantes.

Se produce el renacimiento del turismo residencial asociado al termalismo, que origina el desarrollo de grandes centros o núcleos de recepción dedicados al cuidado de la salud.

A finales del siglo XIX, decae el termalismo, y aparece el paisajismo, surgido en realidad a finales del XVIII, pero que se mantiene en la primera parte del siglo. Surgen de este modo, en un primer momento movimientos turísticos durante el período estival, en busca de lugares de reposo en la naturaleza.

Originalmente la montaña recibía visitantes de clases altas (s. XIX) fundamentalmente en los meses de verano, en lo que podríamos considerar una forma de turismo sedentario. A este tipo se le sumarían a finales de siglo, el turismo deportivo en hielo y nieve, y finalmente en el siglo XX se llega al turismo de masas en las estaciones de esquí.

A finales del siglo XVIII - mediados de siglo XIX, aparecen los primeros baños de mar, en concreto en determinadas playas frías, esto es de corta estancia y de verano (Báltico, por ejemplo).

A finales de siglo, también surgen viajes a playas cálidas (Costa Azul, Canarias, etc.), pero en todos los casos, por el momento no llega a cobrar el protagonismo que más tarde se produciría.

En el siglo XIX, como vemos se producen **hechos y cambios sociales, políticos, económicos y tecnológicos relevantes**, para el desarrollo del turismo organizado, y al mismo tiempo, encontramos personajes, investigadores y escritores, que con sus aportaciones e investigaciones sentaron las bases para el conocimiento teórico del turismo.



En su origen los centros de montaña (Alpes, por ejemplo) son estaciones de verano al pie de las grandes montañas, que por su escasa altitud facilitan el turismo de invierno. Con los años, la cota de estos centros asciende y extienden los deportes como la escalada y el alpinismo. Este desarrollo se ve favorecido por los ferrocarriles de cremallera y las vías de comunicación.

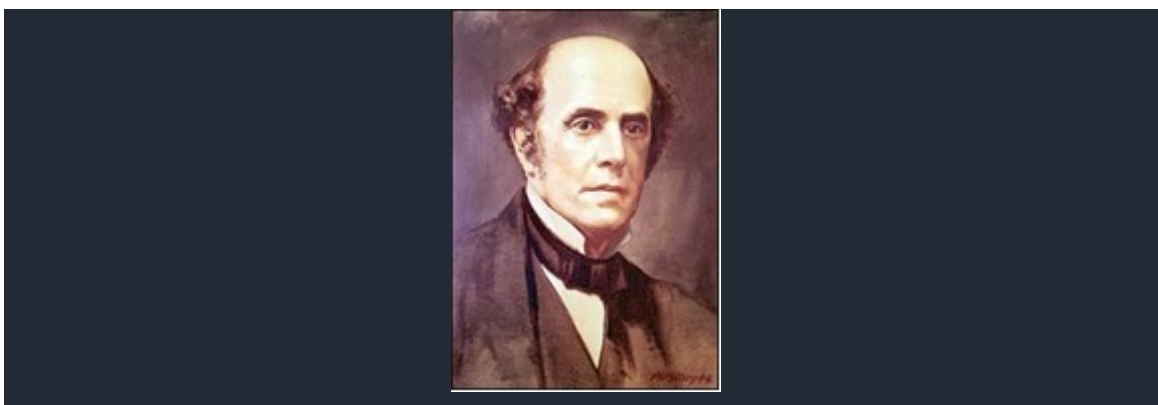
En la actualidad, las estaciones de esquí generan importantes cambios e impactos urbanísticos, económicos, naturales, culturales y sociales en los municipios de montaña.

Imagen 1.7: Estación de esquí de Candanchú (Huesca).

Personajes destacados

La historia del turismo está ligada a diferentes personajes, estudiosos, investigadores, apasionados de los viajes, científicos, escritores, cocineros, etc., que han realizado aportaciones extraordinarias al conocimiento del fenómeno turístico, y a su vez, han contribuido a la promoción de diferentes puntos, rincones y centros turísticos de todo el mundo. *Thomas Cook* – primer agente de viajes, *Cesar Ritz* – padre de la hotelería moderna, *Henry Wells* – uno de los precursores organización de viajes, y una larga lista de artistas, escritores, pintores y poetas, que con sus creaciones contribuyeron a la promoción de diferentes lugares y centros turísticos.

Hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial, surgen escritores y profesores que inician trabajos y estudios destacados en el campo del turismo (Primera Generación). Desde 1950 en adelante, encontramos también importantes investigadores, escritores, analistas, que asisten e intervienen de forma decisiva en el desarrollo del turismo de masas (Segunda Generación).



Thomas Cook, Melbourne (1808-1892). Primer agente de viajes, pionero en la organización de viajes para grupos.

Entre los ejemplos de las iniciativas que puso en marcha encontramos: primer viaje en tren para un grupo organizado a una convención antialcohólica (Leicester, 1841), viaje en tren y en barco por Escocia (1846), colaboración en la promoción de Suiza como centro turístico, coordinación de la visita a la Primera Exposición Mundial celebrada en Londres (1851), primera Agencia de Viajes, primer itinerario impreso para uso de clientes (1845), primera excursión con guías (1846), vuelta al mundo (1872), primera oficina fuera de Europa (Nueva York), entre otros.

El Turismo de Masas

La aparición del turismo de masas en el mundo occidental se relaciona directamente con el desarrollo económico que se produce a partir del año 1900. En concreto, aparece después de la Segunda Guerra Mundial, cuando al turismo de las clases altas (finales del s.XIX y principios del s.XX) se le suma el de las clases medias.

Nuevas formas de turismo en el siglo XX

El siglo XX, trae consigo el interés por el patrimonio arquitectónico, el interés por los deportes al aire libre, la atracción por la naturaleza. Se desarrollan formas diferentes de turismo de naturaleza, senderismo, trekking, mountain bike, escalada, rafting, piragua, etc.

Desde que aparece en Estados Unidos el primer parque nacional, los diferentes países europeos toman el ejemplo para proteger su naturaleza y crear equipamientos en torno los espacios naturales.

Escenario actual 2020

En el escenario actual, hay factores que son decisivos; las tendencias al crecimiento económico, los nuevos modelos sociodemográficos, la estabilidad política, el desarrollo normativo, el cambio climático, la transformación de los transportes, o la tecnología, son aspectos que, provocan cambios acelerados y constantes, y que afectan de forma significativa al desarrollo de la actividad turística.

Entre los criterios que venían marcando la gestión actual, destaca la calidad, concepto que se incorpora de forma integral referida al destino, al entorno ambiental y a los diferentes establecimientos turísticos. Otros objetivos comúnmente reflejados en los diferentes destinos son la sostenibilidad, la diversificación, la innovación, la accesibilidad, la competitividad, las nuevas tecnologías, y la cooperación institucional entre las diferentes administraciones y empresas, como eje fundamental en los diferentes territorios de actuación.

El sector turístico en 2020 en todo el mundo se ha visto afectado por la crisis sociosanitaria de la pandemia del COVID - 19 y la desaceleración económica originada. En nuestro país (segunda potencia después de Francia por delante de Estados Unidos), constituye un problema de extraordinaria importancia, dado que este sector es el que más aporta a la economía (15% PIB y 2,8 millones de empleos) y además afecta a un amplio conjunto de sectores.

A pesar del escenario completamente negativo con las extraordinarias pérdidas de turismo internacional (83,7 millones de turistas), surgen nuevas oportunidades vinculadas a las preferencias de la demanda con preferencias por destinos naturales y rurales cercanos, saludables y con garantías de seguridad.



“Se agradecerá ese **turismo más diurno, y el turismo slow**, que cuenta con mayores facilidades para mantener las medidas de autoprotección sanitaria en ciudades monumentales o en plena naturaleza, ajuste del gasto y la **función compensatoria y regenerativa del turismo**, a título personal y en relación con el medio. Hay que **reposicionar esa nueva marca de turismo español saludable**, centrado en la eficiencia demostrada por su planta alojativa y por su sistema sanitario, para el acogimiento y la restauración del bienestar personal, al tiempo que el de la economía que lo hace posible” (RUBIO, A., HOSTELTUR, abril 2020).

Imagen 1.8: Parque Nacional de Aigüestortes y Lago San Mauricio.

7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.

La estructura de la demanda española puede analizarse a través de la demanda interior y la demanda extranjera. La oferta turística nacional se ha fundamentado en la **demanda turística procedente del exterior**, en especial extranjeros procedentes de los países europeos (Reino Unido, Francia y Alemania), de forma que, ha existido en muchos casos una especialización hacia este turismo. Entre el resto de países de residencia cabe destacar los crecimientos experimentados por Estados Unidos (+12,6%), Rusia (+6,9%) e Irlanda (+6,0%) en el año 2019 (OMT).

Entre los años 2.000 – 2.013 el número de turistas fue incrementándose de forma paulatina (con una media de 54 millones de turistas según la encuesta FRONTUR) hasta la crisis económica internacional (años 2008-2009) que se redujo de forma notable, sin embargo, a partir de la misma, en los últimos años los movimientos de turistas vuelven a recuperarse llegando a alcanzar los 60 millones de entradas.

En el año 2019, el conjunto de España alcanzó la cifra de **83.7 millones de turistas** (incremento del 1,1% respecto del año anterior). El número de excursionistas aumentó un 1,7% y alcanzó los 42,4 millones. El total de visitantes fue de 126 millones.

Los principales países de residencia de los turistas fueron Reino Unido, Alemania y Francia. La llegada de turistas residentes en Reino Unido descendió un 2,4%, la de turistas alemanes un 2,1%, y la de turistas procedentes de Francia se redujo un 1,2%.

Para dar cuenta de la importancia del turismo receptor en la economía de nuestro país, la encuesta de gasto turístico EGATUR ofrece información de la evolución de los gastos de los turistas no residentes. En los años 2013 y 2014 el gasto del turismo receptor alcanzó valores en torno a los 60 millones de euros. Y en el año 2019 se llegó a los 92.278 millones de euros.

La situación se ha sustentado -desde los años sesenta hasta nuestros días-, en modelos de especialización de la oferta del litoral español en el turismo masivo de **sol y playa**, concentrado en las diferentes Comunidades del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos, con una oferta fundamentada en alojamiento, restauración y ocio, y con el precio como principal elemento competitivo frente a otros países competidores o destinos alternativos, junto con el clima. Estas zonas del litoral mediterráneo e islas, se consideran como uno de los ejes de desarrollo económico más fuertes de la geografía española.

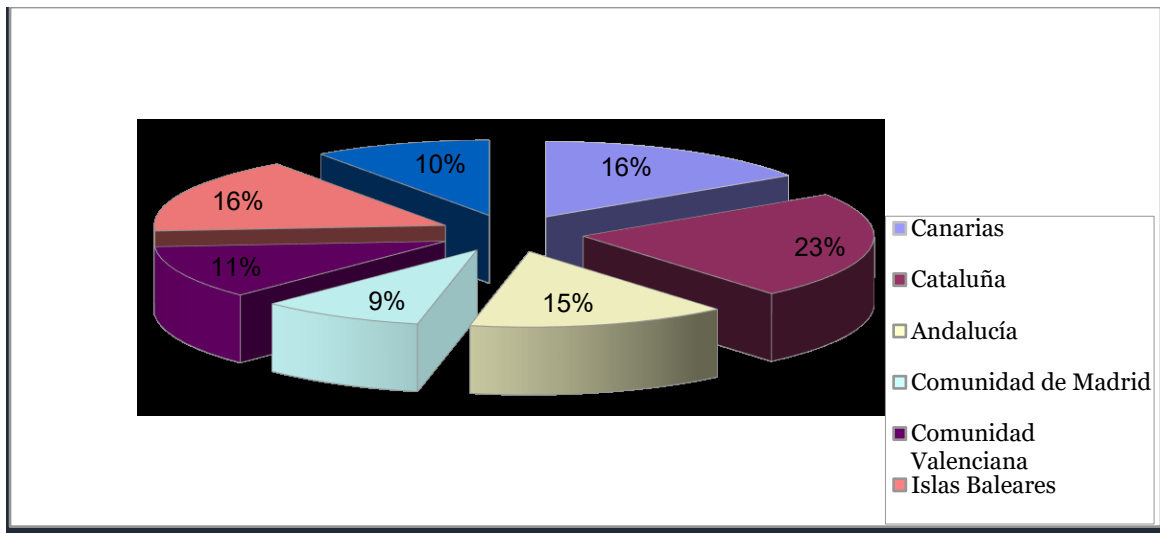


Gráfico 1.2: Llegada de turistas internacionales por CCAA - destino principal (2019). Cataluña, Baleares y Canarias se sitúan en las primeras posiciones.

Datos de FRONTUR - INE: <https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1219.pdf>

Desde el análisis de la demanda estas comunidades, han concentrado los porcentajes más elevados de turistas extranjeros con respecto al total de viajes turísticos de los españoles, y desde la perspectiva de la oferta, a lo largo del litoral, se sitúa un alto porcentaje del total de plazas hoteleras y de la oferta de apartamentos y otras viviendas residenciales de uso turístico (legal y ilegal).

En estas zonas costeras, la mayor demanda se registra en hoteles y alojamiento en alquiler, y con respecto a la forma de acceso, se ha ido consolidando la reserva por vías de transporte de menor coste que aprovecha las oportunidades de Internet y las ofertas de las líneas aéreas de bajo coste, siendo como es lógico, el medio aéreo el medio de transporte dominante de los turistas para acceder a los destinos españoles (68,7 millones de turistas en el año 2019), con respecto al desplazamiento por carretera (12,8 millones - 2019), el tren o el acceso a través de puertos marítimos.

La estancia media en establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, moteles, pensiones y hostales) en España en el año 2019, varía según la categoría del establecimiento. La estancia media más larga (3,52 días), se registró en el conjunto de los establecimientos de cinco estrellas oro. Por detrás, con una media muy parecida, quedaron las categorías de cuatro y de tres estrellas oro.

Esta acusada tendencia de las últimas décadas en los citados destinos de costa e islas, sin embargo, como consecuencia de los efectos e impactos negativos en el territorio del producto masivo e indiferenciado de sol y playa y la estacionalidad asociada, sumado a las nuevas exigencias de la demanda, ha generado, que en los últimos años, se establezcan mayores exigencias legales de la oferta construable, se lleven a cabo actuaciones de mejora de la oferta complementaria, y valorización de otros elementos del territorio (patrimonio cultural, paisaje, etc.) que puedan ofrecer otras experiencias turísticas y contribuir al desarrollo de **otros destinos singulares y de calidad**. Sirva de ejemplo, en la Comunidad Valenciana, del emblemático proyecto de creación de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias, que como sabemos a día de hoy, se ha configurado como un destacado atractivo turístico no sólo de la ciudad sino también de los destinos del litoral del área de influencia.

También puede verse una importante evolución de otros destinos españoles del interior vinculados al turismo cultural, aunque con porcentajes más bajos (Comunidad de Madrid, Cataluña, Castilla y León, por ejemplo). En relación al origen, los turistas extranjeros en estos casos, presentan una mayor diversificación (Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, Portugal, Bélgica, etc.).

La **demanda nacional ha ejercido también de motor del crecimiento** de la actividad turística en España, según Exceltur. Todos sus indicadores crecieron en 2019 por encima de los registros de 2018 (pernoctaciones en el total de alojamientos reglados +2,6%, hoteleras +2,6%, turismo rural +3,3%) con un **fuerte aumento de los viajes al exterior, destinos vacacionales de la costa**, un mejor desempeño de las **gamas de productos/destinos de mayor gasto**, y las pernoctaciones de los españoles en **hoteles de 5 estrellas**, que son las que registran un mayor incremento en 2019, hasta el +4,9%.

En el año 2020, tras las amenazas al sector turístico ya iniciadas en el año 2019 (pérdida del mercado británico por el Brexit, la quiebra de Thomas Cook, la situación de los alquileres irregulares, etc.) y sobre todo como consecuencia de la crisis originada por el COVID19* se produce en nuestro país una fuerte caída de ingresos del turismo (124.000 millones, Exceltur).



*La entrada en vigor del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 y las dos disposiciones posteriores (Orden INT/248/2020, de 16/03 y Orden INT/270/2020, de 21/03), suprimen de facto el flujo de visitantes internacionales con destino España por motivos turísticos, a partir de sus fechas de entrada en vigor, por las distintas vías de acceso consideradas en las encuestas de FRONTUR y EGATUR, carreteras, puertos, aeropuertos o vías ferroviarias.

Como consecuencia, durante el mes de abril, el número de visitantes internacionales con destino España por motivo turístico en todas las vías de acceso, ha sido cero. De la misma manera, el valor de cualquiera de los desgloses asociados a estos flujos, ya sea atendiendo al país de residencia de los visitantes, CCAA de destino principal, tipo de alojamiento utilizado, motivo principal del viaje, forma de organización, etc., ha sido también nulo.

Fuente: nota de prensa del INE (junio 2020).

Imagen 1.9: recuperado de <https://blogs.ucjc.edu/escuela-de-arquitectura-y-tecnologia/>

Puede haber algunos aspectos positivos, que, si bien, no van a compensar las cifras indicadas de turistas internacionales del año anterior, pueden servir como impulso en el camino hacia la recuperación. La seguridad y la salud se trabaja de forma que, muchas empresas están trabajando en sellos de calidad y de garantía sanitaria, reestructuración de espacios e instalaciones para mantener las distancias de seguridad, condiciones flexibles para las reservas y en su caso las cancelaciones, mayores servicios de habitaciones, etc.

ACTIVIDAD 3

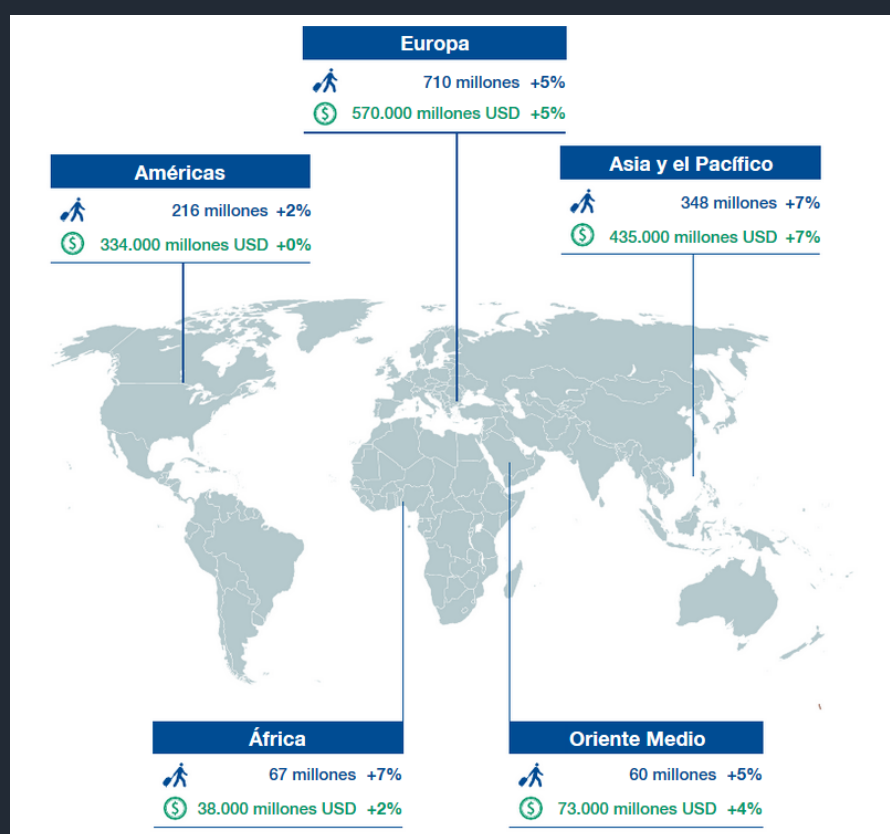
En las estadísticas oficiales de análisis de la demanda turística española ¿qué variables de análisis se utilizan?

8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

La demanda turística internacional ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, tanto en **número de turistas** (incremento del 9,7% entre los años 2017 – 2019 según la OMT) como en **ingresos por turismo**, salvo en determinados períodos marcados por acontecimientos de diversa naturaleza (atentados como el 11S, la guerra de Irak, el SARS, el COVID19, entre otros conflictos) y por crisis económico financieras, lo que demuestra la importancia, la capacidad de adaptación y la fortaleza del sector turístico.

En el pasado año 2019, 1.400 millones de personas viajaron por el mundo, hecho que se ha visto potenciado por un entorno económico favorable, el fuerte apoyo de la tecnología digital, el destacado impulso de la oferta del transporte aéreo, el uso de visados electrónicos, entre otros factores positivos.

MAPA DE LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES E INGRESOS POR TURISMO - 2019



1. Europa – 710 millones +5%
2. Asia y El Pacífico – 348 millones +7%
3. Américas – 216 millones +5%
4. África – 67 millones +7%
5. Oriente Medio – 60 millones +5%

Gráfico 1.3: Llegadas turismo internacional grandes regiones. **Fuente:** OMT, julio 2019

Dentro de las grandes regiones, **Europa ocupa las primeras posiciones** (con España en la segunda posición), seguido de **Asia y el Pacífico**, y las **Américas**. La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento de llegadas, seguido de cerca por África. Y con respecto a los ingresos, la región de Asia y el Pacífico, junto con Europa, registraron crecimiento por encima de la media en los ingresos por turismo.

En este análisis global, el avión es el principal medio de transporte y el ocio se perfila como el motivo principal de los viajes en todas las regiones, a excepción de Oriente Medio, donde hay un predominio de otros motivos como la salud, la religión y las visitas a familiares.

En la siguiente gráfica referida al año 2018 se pueden ver, los diez principales destinos turísticos mundiales, que representan el 40% de las llegadas mundiales de turistas.



Gráfico 1.4: Países del mundo que más turistas internacionales reciben. El país que más turistas recibe es Francia (89, 4 millones), seguido de España (82,7 millones) y Estados Unidos (79,6 millones). Datos de análisis 2016 – 2018 OMT.

España ocupa una destacada segunda posición, continuando una tendencia o evolución en aumento en los últimos años, en concreto, según los datos de la OMT, 30,7 millones de personas más desde el año 2009. Si se analizan los ingresos, Estados Unidos, se sitúa en la primera posición (>196.000 millones de euros), seguido de España (>67.000 millones de euros) y muy de cerca por Francia.



Gráfico 1.5: Ingresos turismo internacional. Datos 2018 OMT.

Con anterioridad a la pandemia, los estudios y estimaciones económicas de la OMT, adelantaban datos muy positivos con 1.500 millones de viajes (INFORME PANORAMA 2020). Según estas previsiones, Europa seguía en la primera posición como región emisora de turistas a nivel mundial, seguida de Asia Oriental y Pacífico, que según este análisis desbancaría a América en el segundo puesto. En relación a los destinos turísticos, Europa se mantenía como principal destino de los viajes realizados, seguida de Asia. En la próxima década, hay previsiones de crecimiento para otros países como la India o México y dentro del gran grupo de turismo líder internacional España se mantenía en las primeras posiciones.

Los diferentes factores (socioeconómicos, políticos, sanitarios, tecnológicos, etc.) se traducen siempre en nuevos escenarios de actuación y nuevos patrones de comportamiento de la demanda. La respuesta de la demanda, tras el COVID19 se situará previsiblemente en otras experiencias y servicios (enmarcados en el turismo de salud, turismo de naturaleza, turismo cultural, etc.) y sobre todo en una mayor exigencia en materia de seguridad sanitaria, calidad ambiental y de la oferta.

LECTURA RECOMENDADA

PANORAMA DEL TURISMO INTERNACIONAL - OMT



Fuente: recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

ACTIVIDAD 4

Propuesta de tema de debate. Como se ha visto, frecuentemente pueden aparecer desequilibrios en la estructura del mercado turístico, como, por ejemplo, la saturación de zonas por efecto del crecimiento exagerado de la demanda. ¿Podría citar alguna medida concreta para esta situación?

9. Resumen.

Las definiciones actuales del turismo, formuladas por científicos, profesionales, administraciones y las establecidas en la normativa de aplicación, como se ha visto, son muy diversas e implican matices y facetas diferentes según la forma de análisis (como actividad económica, en función de sus características, como actividad de ocio, a través del estudio de sus diferentes variables, etc.). La existencia de las diferentes definiciones, se debe, sobre todo, porque en la actividad turística intervienen múltiples factores, y depende a su vez, de la realidad de cada territorio.

También es importante conocer datos relativos al origen y evolución histórica de turismo, dado que son considerados esenciales para entender el fenómeno y los cambios que se han ido produciendo.

Además de la aproximación al turismo de forma conceptual, y conocer aspectos de su evolución, resulta de utilidad identificar al turismo con un sistema (enfoque sistémico), así lo han mostrado autores como LEIPER, que han caracterizado al turismo como un sistema abierto integrado por un elemento dinámico (turista), tres geográficos (región de partida, ruta y región de destino) y uno económico (la industria turística).

La investigación turística puede realizarse desde la perspectiva de la demanda y de la oferta turística, y de forma habitual, se realiza con un enfoque mixto, analizando conjuntamente la oferta y la demanda. Destacamos al mismo tiempo, los estudios actuales realizados desde las diferentes administraciones turísticas y desde el ámbito académico, donde se contempla el análisis de la oferta y de la demanda turística y al mismo tiempo, se analiza el turismo desde la perspectiva de la sostenibilidad, de forma, que se contemplan determinados aspectos, como, por ejemplo, el análisis y medición de impactos ambientales, económicos y sociales en el territorio de actuación.

El estudio del turismo desde la perspectiva de la oferta, se ha interpretado como el conjunto de actividades productivas diseñadas para la atención de los visitantes, o bien, cuyos resultados más importantes están destinados al consumo turístico de los mismos.

El conocimiento de la demanda es un factor decisivo a la hora de diseñar productos y servicios turísticos de calidad. A la adaptación a los cambios de la sociedad actual y la consideración de los perfiles de los turistas por medio de productos y servicios turísticos de calidad, se le suma la necesidad reciente de adaptación al nuevo escenario generado por las crisis sanitarias y económicas, para el mantenimiento y la recuperación de la actividad turística.



10. Autoevaluación.

1. Complete la siguiente frase. Las tres formas básicas del turismo son_
2. Señale la respuesta correcta. El turismo emisor abarca:
 - a) Todas las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia.
 - b) Todas las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de residencia.
 - c) Todas las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia.
 - d) Ninguna de las anteriores.
3. Señale la respuesta correcta. El destino turístico:
 - a) Es una entidad que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras formando un sistema.
 - b) Posee los mismos límites que los establecidos para la gestión administrativa del territorio.
 - c) Es una unidad o conjunto integrado por los diferentes recursos naturales y culturales.
 - d) Es una unidad que se gestiona y administra desde la Comunidad Autónoma de referencia.
4. Complete la siguiente frase. El turismo ha estado vinculado_
5. Señale la respuesta correcta. El modelo de sistema turístico ideado por LEIPER está formado por elementos interrelacionados de tipo:
 - a) Geográfico, dinámico y económico.
 - b) Geográfico, político y social.
 - c) Geográfico, ambiental y económico.
 - d) Patrimonial y turístico.
6. Complete la siguiente frase. El consumo asociado a la demanda turística se define como_
7. Señale la respuesta correcta. La demanda o número de personas que participan en la actividad turística y se analiza e interpreta en las estadísticas se denomina:
 - a) Real.
 - b) Efectiva.
 - c) Potencial.
 - d) Diferida.
8. Complete la siguiente frase. La oferta turística general incluye_
9. Señale la respuesta correcta. Algunos de los indicadores de mayor utilidad en nuestro país para obtener una visión de las tendencias de la demanda son:
 - a) Frontur.
 - b) Familitur.
 - c) Egatur.
 - d) Todas las anteriores.
10. Complete la siguiente frase. Desde el análisis de la demanda turística española las principales comunidades que reciben los mayores porcentajes de turistas extranjeros son_



Rincones costeros de Tenerife (Islas Canarias)