

Geografía del turismo en España: una aproximación a la distribución espacial de la demanda turística y de la oferta de alojamiento

Francesc López Palomeque*

Résumé / Abstract / Resumen / Resum

Cet article analyse l'évolution de la distribution géographique de l'infrastructure touristique espagnole et les caractéristiques des fluxes de visiteurs. Pour l'étude des caractéristiques de la demande on a utilisé l'information sur le nombre de visiteurs qui rentrent en Espagne et le nombre de nuits passés dans des établissements hôteliers par provinces en distinguant entre clients étrangers et espagnols. On a constaté, comme résultat de cette analyse, la forte croissance des fluxes de visiteurs dans les trente dernières années: le rôle qu'y jouent cinq pays (la France, l'Allemagne, le Royaume Uni et les Pays Bas) comme zones d'origine des touristes; et la plus grande concentration territoriale des destinations des touristes étrangers vis à vis les touristes espagnols.

Quant à l'évolution de l'infrastructure touristique, on s'est servi de l'information concernant la capacité des hotels, campings, appartements et résidences secondaires. Le développement des logements touristiques se caractérise par sa correspondance temporelle avec l'expansion de la demande. Sa croissance a été canalisée principalement vers l'axe méditerranéen et les provinces insulaires, ce qui résulte en une distribution espaciale de l'offre qui s'oppose à celle de 1955. Cette forte concentration, qui commence à présenter des symptômes de saturation en zones touristiques traditionnelles, suit la logi-

* Profesor del Departament de Geografia. Estudi General de Lleida.

que du tourisme de masses qui demande comme sites de destination des zones litorales et de climat chaud.

* * *

This article presents an analysis of the evolution of the spatial pattern of Spanish tourist accommodation and of the characteristics of tourist flows. The first part consists of a study of the nature of demand, based on statistics of visitor entries into Spain and overnight stays per province in hotels of both foreign and Spanish clients. As a result of this analysis, the following characteristics are apparent: the enormous increase in the number of visitors over the last thirty years; the role of four countries (namely France, West Germany, United Kingdom and Netherlands) as the principal sources of tourists; and a relatively higher zonal concentration of the destiny of foreign tourists with respect to Spanish tourists.

The study of the evolution of tourist accommodation is based on statistics of the capacity of hotels, camp-sites, apartments and second homes. The expansion of accommodation capacity closely parallels changing trends in demand. Development is mainly channelled towards the Mediterranean axis and the islands provinces. The resulting distribution pattern contrasts sharply with that of 1955. This marked spatial concentration, which is beginning to show signs of saturation in the traditional tourist zones, is a logical consequence of the pattern of mass tourism development, whose principal destination areas are warm climate, coastal areas.

* * *

En este trabajo se analiza la evolución de la distribución geográfica del equipamiento turístico español y las características de la corriente de visitantes. En la primera parte, para el estudio de las características de la demanda, se ha utilizado la información referente al número de visitantes que entran en España y el número de pernoctaciones por provincias realizadas en los establecimientos hoteleros, por clientes extranjeros y españoles. Se ha constatado, como resultado de este análisis, el fuerte crecimiento de la corriente de visitantes en los últimos treinta años, el papel que desempeñan cinco países (Francia, Alemania, Reino Unido y Países Bajos) como zonas de origen de los turistas, y la mayor concentración zonal de los destinos de los turistas extranjeros respecto a los turistas españoles.

En cuanto a la evolución del equipamiento turístico, se ha utilizado la información referente a la capacidad de los hoteles, de los campings y de los apartamentos y residencias secundarias. El desarrollo del alojamiento turístico se ha caracterizado por su correspondencia temporal con la expansión de la demanda. Su crecimiento se ha canalizado, principalmente, hacia el eje mediterráneo y las provincias insulares, dando lugar a una distribución espacial de la oferta que contrasta con la existente en 1955. Esta fuerte concentración, que

empieza a presentar síntomas de saturación en las zonas turísticas tradicionales, obedece a la lógica del turismo de masas que demanda, como lugares de destino, zonas litorales y de clima cálido.

* * *

En aquest treball s'analitzen l'evolució de la distribució geogràfica de l'equipament turístic espanyol i les característiques del corrent de visitants. A la primera part, per a l'estudi de les característiques de la demanda, s'ha utilitzat la informació que fa referència al nombre de visitants que entren a Espanya i el nombre de pernoctacions per províncies realitzades als establiments hotelers per clients estrangers i espanyols. S'ha constatat, com a resultat d'aquesta anàlisi, el fort creixement del corrent de visitants als darrers trenta anys, el paper de quatre països (França, Alemanya, Regne Unit i Països Baixos) com a zones d'origen dels turistes i la més gran concentració zonal de les destinacions dels turistes estrangers respecte dels turistes espanyols.

Pel que fa a l'evolució de l'equipament turístic, s'ha utilitzat la informació que fa referència a la capacitat dels hotels, dels càmpings, dels apartaments i de les residències secundàries. El desenvolupament de l'allotjament turístic s'ha caracteritzat per la correspondència temporal amb l'expansió de la demanda. El creixement s'ha canalitzat, principalment, cap a l'eix mediterrani i les províncies insulars, donant lloc a una distribució espacial de l'oferta que contrasta amb la que existia el 1955. Aquesta forta concentració, que comença a presentar símptomes de saturació a les zones turístiques tradicionals, obeeix a la lògica del turisme de masses que demana, com a llocs de destinació, zones litorals i de clima càlid.

PRESENTACIÓN

España es hoy día uno de los países más importantes en la recepción del turismo internacional. Constituye, pues, un espacio turístico de primer orden, tal como lo corrobora el valor de los diversos indicadores que habitualmente se utilizan para determinar la importancia del turismo. Así, en 1984 entraron en España 28 millones de turistas, aunque el número de visitantes fue de 42.900.000, lo cual representa el 8% del total del turismo internacional, estimado en 300 millones de personas. Solamente tres países reciben más turistas que España: EEUU, Francia e Italia. Esta misma posición ocupa España en cuanto a la capacidad de alojamiento en hoteles y similares, aunque en este caso su oferta se sitúa detrás de la de EEUU, Italia y el Reino Unido. Sin embargo, en el *ranking* de países con mayores ingresos por turismo, España

ocupa, con 7.719 millones de dólares, en 1984, la tercera posición después de EEUU y de Italia.

Para entender la creación de España como espacio turístico es preciso situar el proceso que lo ha configurado en un contexto regional europeo. En las últimas décadas, la expansión del turismo de masas, la «emigración temporal» hacia el sur en busca del sol y del mar, han convertido el contorno del Mediterráneo en un espacio de ocio para la Europa industrial. Este proceso se ha llevado a cabo a través de comportamientos de neocolonialismo económico y social, que en definitiva caracterizan a la denominada «periferia» turística europea.

En este contexto, la situación geográfica de España ha sido un factor clave, que explica su desarrollo turístico. Por una parte, de dicha situación se derivan las condiciones geofísicas del territorio, que se corresponden con las exigidas por la corriente turística. Por otra parte, la proximidad al mayor mercado turístico mundial (Europa industrial) le confiere una renta de situación indiscutible. Pero además, las condiciones socioculturales, económicas y políticas («exotismo» del país, bajos costes de producción de los servicios turísticos, instrumentalización política...), que han desempeñado un papel importante en la configuración de un contexto atractivo han determinado las particularidades del caso español en relación con el desarrollo turístico de otros países ribereños.

Los datos que acabamos de exponer hacen referencia al conjunto del país y nos han permitido contextualizar el caso español en un ámbito interestatal. Sin embargo, del análisis del turismo a nivel intraestatal deduciremos que en España existen diversos espacios turísticos y que, por lo tanto, el desarrollo del turismo ha tenido una proyección espacial diferenciada. Considerando este hecho como punto de partida, y ante la complejidad y la amplitud del fenómeno turístico (diversidad de factores que intervienen, aspectos económicos, aspectos sociales, etc...), el objeto de este artículo se ha centrado en el análisis de dos de los elementos que definen la importancia y las características del fenómeno turístico. Por una parte, la demanda turística (turismo receptivo y turismo interior), entendida como flujo de personas que se desplazan y utilizan los espacios turísticos, y cuya presencia en el territorio es temporal. Y por otra parte, la infraestructura de alojamiento turístico, como producto del proceso, y que utilizaremos para determinar la magnitud de los espacios turísticos y su jerarquización. A la vez, el estudio de estos dos elementos se contempla bajo un doble enfoque: el análisis de su evolución a nivel estatal (periodización del desarrollo turístico) y el análisis de la evolución de su distribución espacial, a nivel provincial, con lo cual constataremos el proceso de difusión espacial del fenómeno turístico. Por consiguiente, en este plan-

teamiento adquiere gran relevancia el material gráfico que incorporamos. Dejamos, pues, para otra ocasión—dada la opción elegida y la limitación de estas páginas— el estudio de otros componentes del fenómeno turístico en España y su planteamiento a otras escalas (regional, comarcal, local), que permitirían detectar otras facetas del mismo.

EVOLUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Cuando se aborda el estudio de la demanda turística, uno de los aspectos que más llama la atención es la magnitud de la corriente turística extranjera. De hecho, su fuerte crecimiento en las últimas décadas ha sido la clave del desarrollo turístico español. Sin embargo, no se ha de olvidar ni minimizar el papel que también ha desempeñado la demanda interior en el proceso de creación de la infraestructura y de los servicios turísticos. Algunas zonas turísticas, sobre todo del interior, se han desarrollado gracias a la demanda interior y, además, el comportamiento de dicha demanda ha atenuado la excesiva estacionalidad de la demanda exterior. En las últimas décadas, el número de españoles que realizan vacaciones ha ido aumentando hasta representar el 50% del conjunto de la población en 1980, aunque en los últimos años este porcentaje ha disminuido situándose en torno al 35%, según las últimas encuestas. En cualquier caso, esto supone que anualmente la demanda interior se ha situado en torno a los catorce o dieciocho millones de personas, lo cual es una cifra importante en el conjunto de la demanda turística.

Para el análisis de la evolución y de la distribución geográfica de la corriente turística utilizaremos dos tipos de información, tal como hemos hecho en un trabajo reciente y más detallado sobre el tema (LÓPEZ PALOMEQUE, 1986). En primer lugar, los datos referentes al movimiento de viajeros que entran en España y, en segundo lugar, los datos referentes a las pernoctaciones en establecimientos turísticos (hoteles y cámpings) a nivel provincial.

El movimiento de viajeros

El análisis de la corriente de visitantes, desde una perspectiva histórica, nos permite constatar que el turismo receptivo es un fenómeno reciente, que se desarrolla a partir de los años cincuenta, década que marca el inicio del turismo de masas frente a la época anterior, caracterizada por el turismo «minoritario» o «individual». Las diferencias entre estas dos épocas no se centran solamente en la magnitud del movimiento de viajeros, sino en la distinta

valoración de los recursos turísticos, en las motivaciones que originan los desplazamientos, en la forma de organización de los viajes y en los lugares de destino, entre otras diferencias.

A partir de los años veinte, el movimiento de viajeros, tanto extranjeros como español, se intensificó, adquiriendo gran importancia el flujo hacia el litoral gerundense (BARBAZA, 1966, p. 568) y hacia la isla de Mallorca (BARCELÓ, 1964, p. 38). En consecuencia, podemos considerar esta etapa (1925-1935), que se vio interrumpida por la Guerra Civil española y por la II Guerra Mundial, como la primera época turística y como claro precedente del posterior turismo de masas. De 1939 a 1945, tal como señala ARRILLAGA (1962, p. 131), la corriente turística extranjera hacia España fue escasa debido a la contienda europea, lo cual motivó el cierre de empresas hoteleras: en San Sebastián, por ejemplo, se cerraron 14 hoteles. En el quinquenio siguiente la situación no cambió, ya que a la situación de posguerra europea se sumó el bloqueo político-económico a España. Es a partir de 1950 (desbloqueo parcial y mejora progresiva de la situación socioeconómica de los países emisores) cuando la corriente de visitantes aumenta de forma continuada y sustancial, superándose considerablemente la cifra de 300.000 visitantes anuales que se había alcanzado en los años 30.

En 1950, el número de visitantes fue de 1.200.000, que pasaron a 24.100.000 en 1970 y a 42.900.000 en 1984, cifra superior a la población del país, lo cual nos da una idea de la magnitud del fenómeno. Sin embargo, el crecimiento del número de visitantes no ha seguido siempre el mismo ritmo. Así, un análisis detallado de su evolución nos permite detectar tres etapas distintas: la etapa del despegue (1949-1959), la etapa de expansión (1960-1973) y la etapa de crisis y moderado crecimiento (1974-1985), caracterizada por las oscilaciones interanuales del número de visitantes, aunque en su comportamiento se observa una tendencia al crecimiento, sobre todo en los últimos años (*Gráfico 1*). Sin duda, la crisis del petróleo de 1973 y sus consecuencias repercutieron en el turismo internacional y, evidentemente, en el turismo receptivo de España. Sin embargo, el comportamiento posterior de la corriente de visitantes ha demostrado que el turismo ha sido una de las actividades que mejor ha soportado los efectos de la crisis económica.

La composición actual del flujo de visitantes por países de origen refleja que, pese a la gran diversidad de nacionalidades, la mayor parte de los viajeros que entran en España proceden de cuatro países europeos. Es evidente que la continuidad física del territorio (es el caso de Francia y Portugal) y la proximidad de los países europeos explican en gran medida este hecho. La información de 1984 es significativa en este sentido (TABLA I). De los 42.900.000 visitantes, el 23,3% fueron franceses y el 19,4% portugueses. Además, cabe

Gráfico I. Evolución del número de plazas hoteleras y de cámpings y del número de viajeros entrados en España.

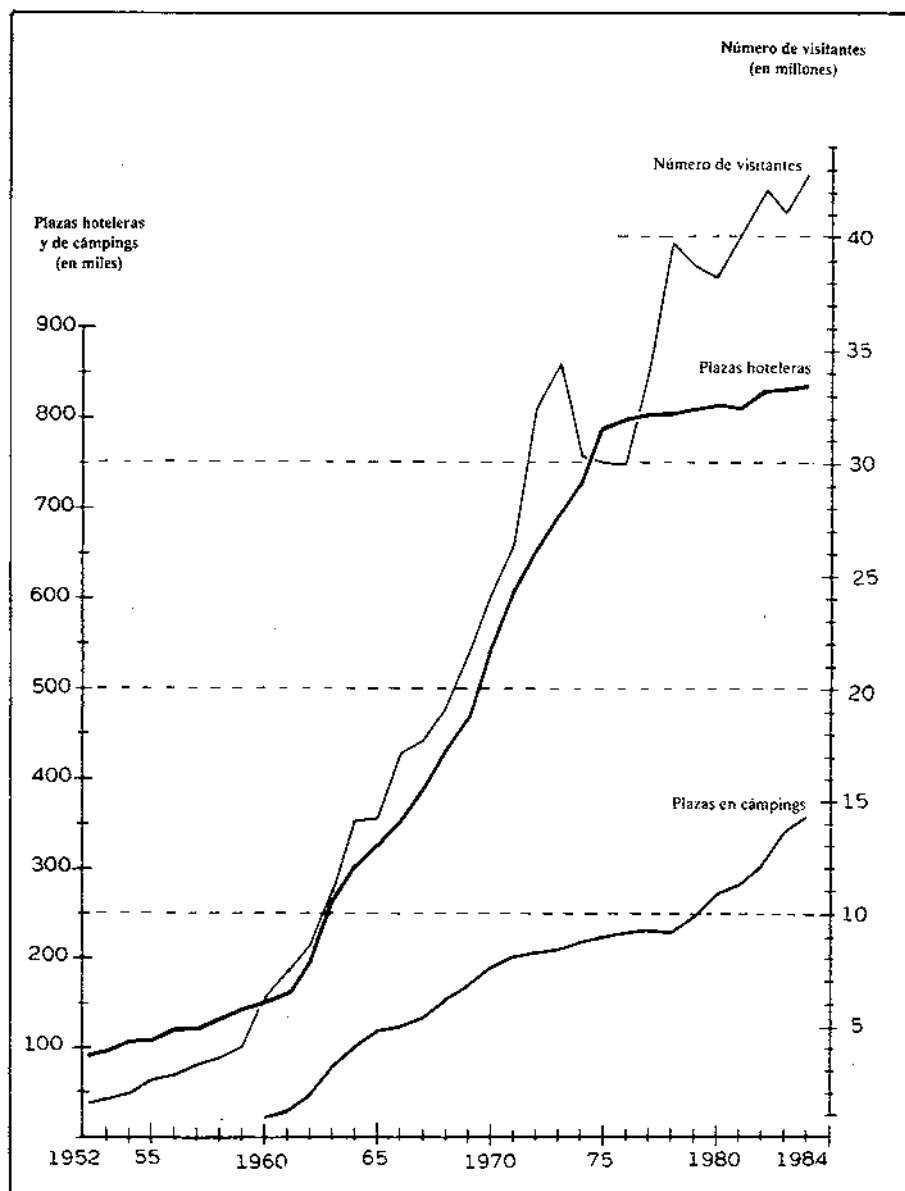


TABLA I

Evolución del número de viajeros entrados en España, según países de origen

	1960		1970		1980		1984	
	Viajeros miles	%	Viajeros miles	%	Viajeros miles	%	Viajeros miles	%
España*	686	11,2	1.448	6,0	1.509	4,0	2.020	4,7
Alemania	328	5,4	2.075	8,6	4.719	12,4	5.250	12,2
Países Bajos	178	2,9	1.488	6,2	2.409	6,3	2.387	5,6
Francia	2.553	41,8	8.826	36,6	10.062	26,5	9.981	23,3
Reino Unido	624	10,3	2.618	10,9	3.590	9,4	6.026	14,0
Italia	258	4,2	505	2,1	482	1,3	814	1,9
PP. Escandinavos	115	1,9	946	3,9	1.131	3,0	1.489	3,5
Resto Europa	527	8,6	3.489	14,5	10.797	28,4	10.205	23,8
EEUU y Canadá	522	8,5	1.154	4,8	932	2,5	1.092	2,5
Resto de América	196	3,2	341	1,4	556	1,5	529	1,2
Otros	122	2,0	1.211	5,0	1.833	4,8	3.135	7,3
Total miles	6.113	100	24.105	100	38.026	100	42.931	100

* Españoles que residen en el extranjero.

Fuente: *Anuario Estadístico de España* INE, Madrid. Diversos años.

destacar el porcentaje de viajeros procedentes de Alemania, el 12,2% y del Reino Unido, el 14%. Por consiguiente, tres cuartas partes de los visitantes proceden solamente de cuatro países, lo que refleja una elevada concentración del flujo de visitantes según los países de origen. También cabe señalar la procedencia de viajeros del Benelux (5,6%) y de los Países Escandinavos (3,5%).

Los porcentajes señalados, aunque corresponden a 1984, son significativos de la procedencia geográfica de los viajeros en los últimos años. Sin embargo, en las etapas de despegue y de expansión de la corriente de visitantes, la procedencia de los viajeros era distinta a la de hoy día, tal como podemos constatar en la Tabla I. La tendencia en las últimas décadas se ha caracterizado, como hecho más significativo, por una disminución continuada de la proporción de franceses y norteamericanos, por un estancamiento del porcentaje de ingleses y por un aumento continuado de la proporción de alemanes y de los viajeros procedentes del Benelux y de los países nórdicos. También hay que destacar el crecimiento del número de viajeros portugueses y norteafricanos, aunque en estos casos los desplazamientos obedecen a motivaciones no turís-

ticas (emigrantes que atraviesan el país para desplazarse a Europa o viceversa). En consecuencia, este hecho pone de manifiesto que la corriente de visitantes es superior a la corriente turística, tal como se ha señalado en la presentación.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros y campings

En las últimas décadas, las pernoctaciones en establecimientos hoteleros han aumentado en una proporción y a un ritmo similar al del número de visitantes y, además, con las mismas pautas temporales, es decir, que en los años en que el número de visitantes ha disminuido también lo ha hecho el número de pernoctaciones. En 1968, el número de pernoctaciones fue de 60.500.000, y en 1984 superó los 129 millones, de los que el 68,9% correspondieron a viajeros extranjeros. En consecuencia, el mayor uso del equipamiento hotelero español corresponde a los visitantes extranjeros, aunque este hecho varía según los meses del año.

Las pernoctaciones en campings han aumentado en una proporción mayor que las pernoctaciones en hoteles. De hecho, la oferta de campings es más reciente que la oferta hotelera y, además, es un sector que aún está en expansión como consecuencia de las exigencias de la demanda turística. En 1968, las pernoctaciones en campings fueron 3.700.000, y en 1984, superaron los 8.500.000. Por otra parte, a diferencia de lo que ocurre con la ocupación hotelera, en los campings las pernoctaciones realizadas por extranjeros representan sólo el 44,6% y, por consiguiente, la mayor parte de las pernoctaciones (53,6%) corresponden a españoles. Sin embargo, este comportamiento no siempre ha sido igual. En los últimos 15 años se ha dado un cambio de tendencias, puesto que en 1968 las pernoctaciones realizadas por españoles sólo representaron el 8,6%, en 1975 el 24% y en 1980 ya superaron el 50%. Así pues, el fuerte incremento de las pernoctaciones en campings ha sido consecuencia del crecimiento de la demanda interior, que además ha sido continuo, a diferencia de la evolución de las pernoctaciones extranjeras, que han sufrido oscilaciones en los distintos años, tal como también se ha observado al analizar las pernoctaciones hoteleras y el número de visitantes.

La composición del turismo extranjero se caracteriza por el predominio de los turistas procedentes de Alemania, Reino Unido, Francia y el Benelux, tal como se desprende del análisis por nacionalidades de las pernoctaciones realizadas en hoteles y campings. En 1984, del total de pernoctaciones hoteleras el 27,1% correspondieron a ingleses, el 17,9% a alemanes y, a mayor distancia, se sitúan las pernoctaciones realizadas por franceses (4,9%) y por belgas y holandeses (5,3%). Esta composición cambia, sin embargo, en el caso de los

càmpings, puesto que las pernoctaciones realizadas por alemanes representaron el 11,7% y por ingleses el 4,4%, mientras que la proporción de franceses fue del 8,3% y la de los turistas procedentes del Benelux del 10,1%. Esta composición, que en los últimos años se ha estabilizado, era distinta en los años sesenta (Tabla II). En su evolución cabe destacar el progresivo aumento de las pernoctaciones hoteleras realizadas por alemanes (el porcentaje se ha duplicado), la estabilización del porcentaje de pernoctaciones hoteleras correspondiente a los ingleses (ha oscilado entre el 16% y el 24%), belgas y holandeses y la continua disminución de la proporción de pernoctaciones realizadas por turistas franceses, norteamericanos y escandinavos. Por otra parte, la evolución de las pernoctaciones en los càmpings se ha caracterizado por los cambios constantes en su composición por nacionalidades, aunque siempre ha destacado la proporción de pernoctaciones realizadas por alemanes, franceses, ingleses, belgas y holandeses. Esta evolución irregular se enmarca a su vez en las fluctuaciones del número total de pernoctaciones extranjeras en los càmpings.

TABLA II

Evolución del número de pernoctaciones hoteleras, según los países de origen de los viajeros

	1970		1975		1980		1984	
	Pernoct. mill.	%	Pernoct. mill.	%	Pernoct. mill.	%	Pernoct. mill.	%
España	26,8	33,5	37,4	36,3	37,7	39,2	39,9	31,0
Alemania	11,6	14,5	18,9	18,4	18,1	18,8	23,1	18,0
Países Bajos	4,0	5,0	5,5	5,4	5,2	5,4	6,9	5,3
Francia	6,4	8,0	6,0	5,8	5,5	5,7	6,3	4,9
Reino Unido	14,8	18,5	19,4	18,9	18,1	18,8	35,1	27,3
Italia	1,3	1,6	0,9	1,0	1,1	1,1	3,5	2,8
PP. Escandinavos	5,1	6,4	5,3	5,2	3,1	3,2	3,5	2,8
Resto Europa	3,1	3,9	3,6	3,6	3,0	3,1	4,0	3,1
EEUU y Canadá	4,3	5,3	3,1	3,0	1,6	1,7	2,8	2,2
Resto de América	1,8	2,3	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,2
Otros	0,8	1,0	1,1	1,0	1,4	1,5	1,9	1,4
Total millones	80,2	100	103,1	100	96,4	100	129,0	100

Fuente: *Anuario Estadístico de España* INE, Madrid. Diversos años.

La distribución espacial de la demanda turística

La distribución espacial de la demanda turística (hotelera y de cámpings) se caracteriza por su fuerte concentración, que es observable a escala provincial (Gráficos II y III) y que es consecuencia de la concentración espacial de la infraestructura de alojamiento. En 1982, una sola provincia, las islas Baleares, concentró el 31,5% del total de las pernoctaciones hoteleras, y junto a las provincias de Alicante (7,7%), Santa Cruz de Tenerife (7,4%), Málaga (7,3%) y Madrid (6,9%); es decir, cinco provincias absorben más del 60% de las pernoctaciones hoteleras. A estas provincias les seguían en importancia otras de la costa mediterránea.

En la evolución de las pernoctaciones hoteleras a escala provincial, se observa también la tendencia general detectada en la evolución global de las pernoctaciones. Hasta los primeros años de la década de los setenta, se produce un crecimiento sostenido del número de pernoctaciones en la mayor parte de las provincias, mientras que en la última década la tasa de crecimiento ha sido menor e incluso en algunos casos se da un estancamiento, tal como ha ocurri-

Gráfico II. Distribución por provincias de las pernoctaciones hoteleras, 1982.

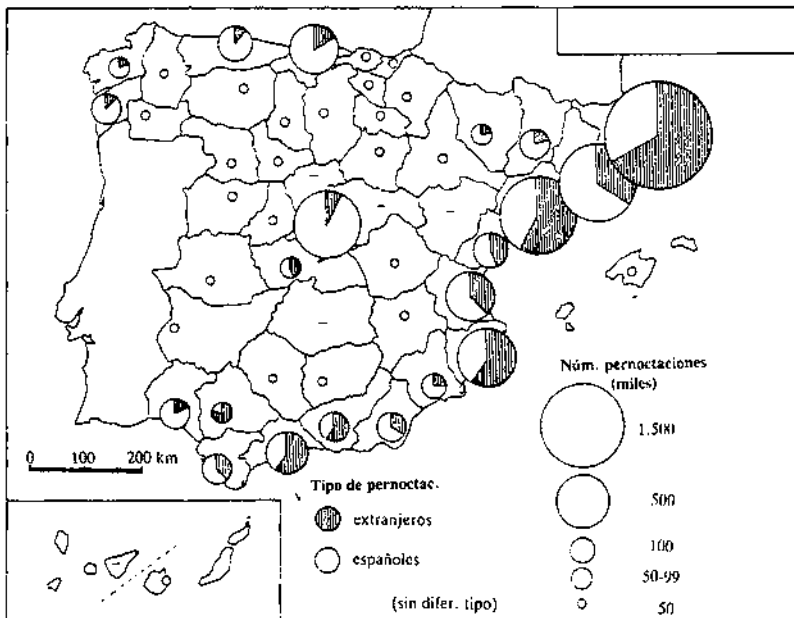
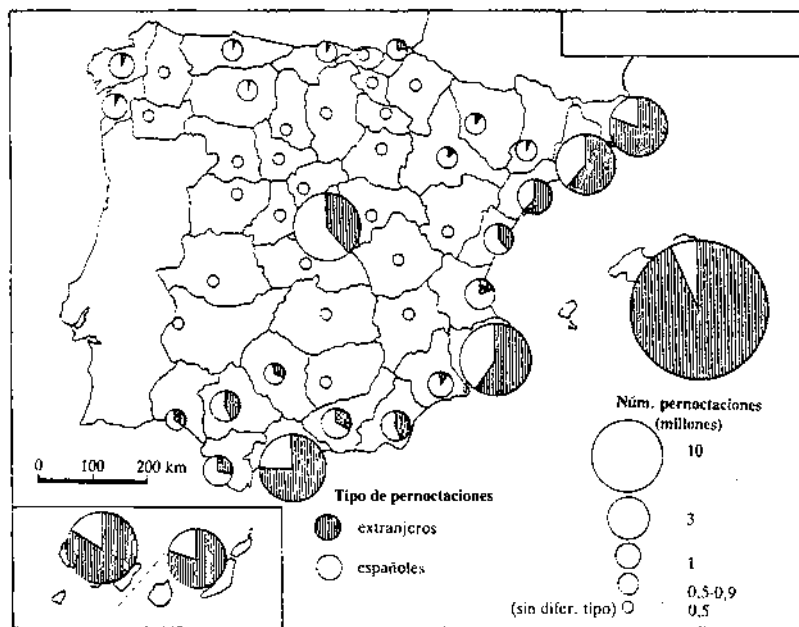


Gráfico III. Distribución por provincias de las pernотaciones en cámpings, 1982.



do en las provincias turísticas más significativas (PEARCE & GRIMMEAU, 1985, p. 46). En sentido contrario, en un grupo reducido de provincias, entre las que cabe destacar Almería y Castellón, el número de pernотaciones se ha doblado en la última década, aunque en números absolutos no sean aún muy importantes.

La distribución espacial de la demanda extranjera y de la demanda española muestran algunos rasgos diferenciales si consideramos las pernотaciones realizadas por cada tipo de viajero. Así, las pernотaciones hoteleras de viajeros españoles se distribuyen en el territorio de forma más homogénea que el conjunto de las pernотaciones y, en sentido contrario, las pernотaciones extranjeras muestran una concentración más acusada. Evidentemente, esta concentración se produce en las zonas turísticas más importantes. El comportamiento espacial de las pernотaciones de viajeros españoles se debe al hecho de que buena parte de dichas pernотaciones son causadas por razones no turísticas y se producen en la infraestructura hotelera repartida por todo el territorio. Por esta razón, las pernотaciones no presentan una concentración tan acusada en las islas Baleares, tal como ocurre con el turismo receptivo, y es el

litoral mediterráneo peninsular la zona que acoge la mayor parte de las pernoctaciones hoteleras de los viajeros españoles. Sin duda, esta desigual presencia de los viajeros españoles y extranjeros en las zonas turísticas se debe a diversas circunstancias, entre las que cabe destacar la forma de organizar el viaje (sólo un 9% de los españoles recurre a las agencias de viaje) y la proximidad entre los lugares de origen y de destino (para los españoles resulta más barato acudir al litoral mediterráneo peninsular que a las islas). Finalmente, si comparamos las cifras actuales con los datos recogidos por COYA SANZ (1974), detectamos que las zonas turísticas tradicionales (Cataluña e islas Baleares) van perdiendo importancia como destino del turismo interior.

La distribución espacial de las pernoctaciones en cámpings presenta unas características distintas a la distribución de las pernoctaciones hoteleras, debido a que la oferta de cámpings se concentra en la costa, principalmente en el litoral mediterráneo peninsular y sobre todo en la costa catalana (LÓPEZ PALOMEQUE, 1982). En 1982, el 23,4% de las pernoctaciones se realizaron en la provincia de Gerona, el 13% en la provincia de Tarragona y el 11,7% en la de Barcelona. Por consiguiente, la mitad de las pernoctaciones se concentraron en Cataluña. Por último, cabe señalar que en las zonas de destino de los turistas extranjeros aparece una cierta diferenciación según las nacionalidades.

EVOLUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA INFRAESTRUCTURA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

La capacidad de alojamiento en España es de cinco millones de plazas, de las que 3.600.000 corresponden a apartamentos y residencias secundarias, 843.000 a hoteles, 356.000 a cámpings y 171.000 a fondas y casas de huéspedes. Esta magnitud del equipamiento turístico y su distribución geográfica se deben fundamentalmente al desarrollo del turismo de masas, que se inició en los años cincuenta y cuya dinámica posterior, en lo referente a la corriente de visitantes, hemos analizado en el apartado anterior. Teniendo en cuenta este hecho, consideraremos la década de los cincuenta como primera referencia temporal en el análisis de la infraestructura turística. Además, las estadísticas existentes sobre el equipamiento turístico de períodos anteriores son parciales, con lo cual dificultan la consecución de series estadísticas fiables que contemplen los aspectos que analizamos. Por otra parte la infraestructura de alojamiento, fundamentalmente hotelera, que existía en los primeros años cincuenta se había ido creando en las décadas anteriores como resultado de las necesidades de hospedaje de la población y de la demanda de alojamiento del

turismo minoritario, que afectó de forma desigual a las diversas zonas del país.

La infraestructura de alojamiento comprende distintos tipos de equipamientos que responden a las exigencias de las diversas manifestaciones o expresiones del complejo fenómeno turístico (turismo vacacional, residencial, escolar, deportivo, etc.). También hay que señalar que parte de la infraestructura de alojamiento cubre las necesidades de la demanda extraturística. En estas páginas analizaremos las características de los tipos de alojamiento más importantes: la oferta hotelera, la oferta de cámpings y residencias secundarias, que incluyen los apartamentos, dado el contenido conceptual de las estadísticas existentes.

El equipamiento hotelero

En la evolución del equipamiento hotelero desde 1940, podemos definir cuatro etapas en base a la tendencia y al ritmo de crecimiento de la oferta. A grandes rasgos, estas etapas coinciden con las pautas evolutivas de la corriente turística procedente del extranjero y, en consecuencia, para entender la evolución de la oferta hotelera, ha de tenerse en cuenta el comportamiento de la corriente de visitantes. Las cuatro etapas en que se divide la evolución del equipamiento hotelero son: *a*) de 1940 a 1949; *b*) de 1950 a 1961; *c*) de 1962 a 1975; y *d*) de 1976 a 1985 (Gráfico I). Sin embargo, hemos de señalar que un análisis detallado de cada etapa permite diferenciar periodos o variaciones anuales con características particulares.

De 1940 a 1949, el crecimiento del equipamiento hotelero fue mínimo, debido a la situación socio-política y económica que condicionó la demanda turística. En el decenio siguiente (1950-1961), el equipamiento hotelero tuvo un crecimiento continuado de forma paralela al incremento de la corriente de visitantes. El número de plazas hoteleras se dobló y pasó a 162.105 en 1961. A partir de 1962, la creación de plazas hoteleras se aceleró coincidiendo con la máxima expansión de la demanda. No obstante, hemos de señalar que las cifras de la oferta hotelera hasta 1961 están infravaloradas en comparación con las de etapas posteriores, debido a que los datos oficiales no contemplaban las plazas de las pensiones de segunda categoría (aproximadamente unas 60.000 plazas). Sin embargo, esta circunstancia no anula el cambio de tendencia en el ritmo de creación de nuevas plazas que se observa a partir de 1962.

La etapa del «boom» de la corriente turística se interrumpió en 1973-1974. Sin embargo, el equipamiento hotelero siguió creciendo hasta 1975 (la oferta en este año alcanzó las 789.336 plazas), dada la mayor rigidez del proceso de construcción de los establecimientos respecto a la evolución temporal de la

entrada de visitantes. A partir de 1976, se produce un freno en el ritmo de crecimiento de la oferta hotelera (incluso en 1981, la oferta hotelera fue inferior a la de 1980), que perdura hasta hoy día. Pese a ello, en 1985 se ha llegado a las 843.337 plazas.

En 1955, la distribución por provincias de la oferta hotelera era relativamente homogénea si la comparamos con la situación actual (Gráfico IV). A grandes rasgos se observa una correspondencia espacial entre la distribución por provincias del equipamiento hotelero y la distribución de la población, lo cual refleja el hecho de que buena parte de la oferta hotelera se había creado por exigencias de una demanda no turística. Así, en este año Madrid era la provincia con mayor oferta hotelera: 17.882 plazas, que representaban el 18,6% del total. Sin embargo, este esquema se rompe en parte por el hecho de que existían otras provincias costeras con una importante oferta hotelera. Estas provincias forman parte de las zonas turísticas que tuvieron un desarrollo en los primeros decenios de este siglo. Cabe destacar Guipúzcoa (6.501 plazas) y Santander (3.170 plazas). Además de estas provincias de «playas templadas» destacaban también otras del litoral mediterráneo que iniciaron su desarrollo turístico en el período 1925-1935, y que a partir de 1950 fueron las primeras en recibir la corriente turística europea. Nos referimos a la provincia de Gerona (6.257 plazas), islas Baleares (6.022 plazas) y Barcelona (9.559 plazas), principalmente. Cabe señalar, por otra parte, que, en 1955, varias provincias que hoy día son zonas turísticas de primer orden, como, por ejemplo, Málaga o las provincias Canarias, tenían un número de plazas hoteleras similar o inferior al de algunas provincias del interior peninsular; por ejemplo, Zaragoza, Lérida, Huesca o Valladolid.

En 1984, la distribución provincial de las plazas hoteleras nos muestra una fuerte concentración en el eje mediterráneo y en las provincias insulares (Gráfico IV y Tabla III). Son las zonas caracterizadas por los atractivos naturales y de descanso (clima y playas) demandadas por el turismo de masas. Además de este eje mediterráneo e insular, destaca la oferta hotelera de la provincia de Madrid, cuya función hotelera se fundamenta principalmente en el papel de la ciudad de Madrid como capital política del Estado, con las repercusiones que ello comporta en el movimiento de viajeros en el orden nacional e internacional. Otras provincias que disponen de una destacada oferta hotelera son las provincias litorales del norte («rías gallegas» y «cornisa cantábrica»), que han mantenido su capacidad de atracción e incrementado su oferta, pero que se han visto ampliamente sobrepasadas por la magnitud del turismo mediterráneo e insular. En consecuencia, su peso, respecto al conjunto de la oferta española, ha disminuido en términos relativos.

El litoral mediterráneo y las provincias insulares concentran hoy día la

mayor parte de la oferta hotelera (607.000 plazas que representan el 73% del total). Pero, tal como se observa en el Gráfico IV y en la Tabla III, las plazas no se distribuyen de forma homogénea en esta zona. En ese sentido, cabe destacar la fuerte concentración de la oferta en las islas Baleares: 227.245 plazas, que representan el 27,2% del total español.

La estructura espacial de la oferta hotelera que hemos descrito es el resultado de una dinámica que ha sido distinta en cada zona a lo largo de los últimos treinta años. Con el fin de estudiar dicha dinámica, hemos considerado la evolución provincial del número de plazas hoteleras por quinquenios. Y aunque esta periodización no es coincidente en ocasiones con los cambios de tendencia en la evolución general, ello no es obstáculo para constatar una evolución diferencial de cada zona o grupo de provincias, tal como se puede apreciar en el Gráfico V. A continuación señalamos de forma esquemática el comportamiento de la oferta hotelera, diferenciando tres fases que, además, son una primera referencia para la lectura y la interpretación del Gráfico V.

– *Fase de despegue (1955-1959)*. El crecimiento de la oferta hotelera (27.484 plazas en el conjunto de España) se concentra principalmente en el

Gráfico IV. Distribución por provincias de las plazas hoteleras en 1955 y 1984.

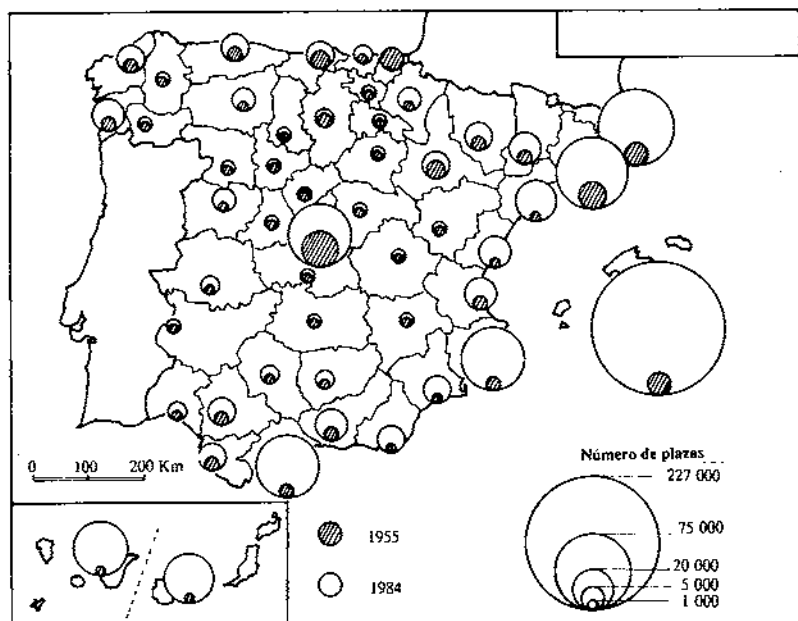
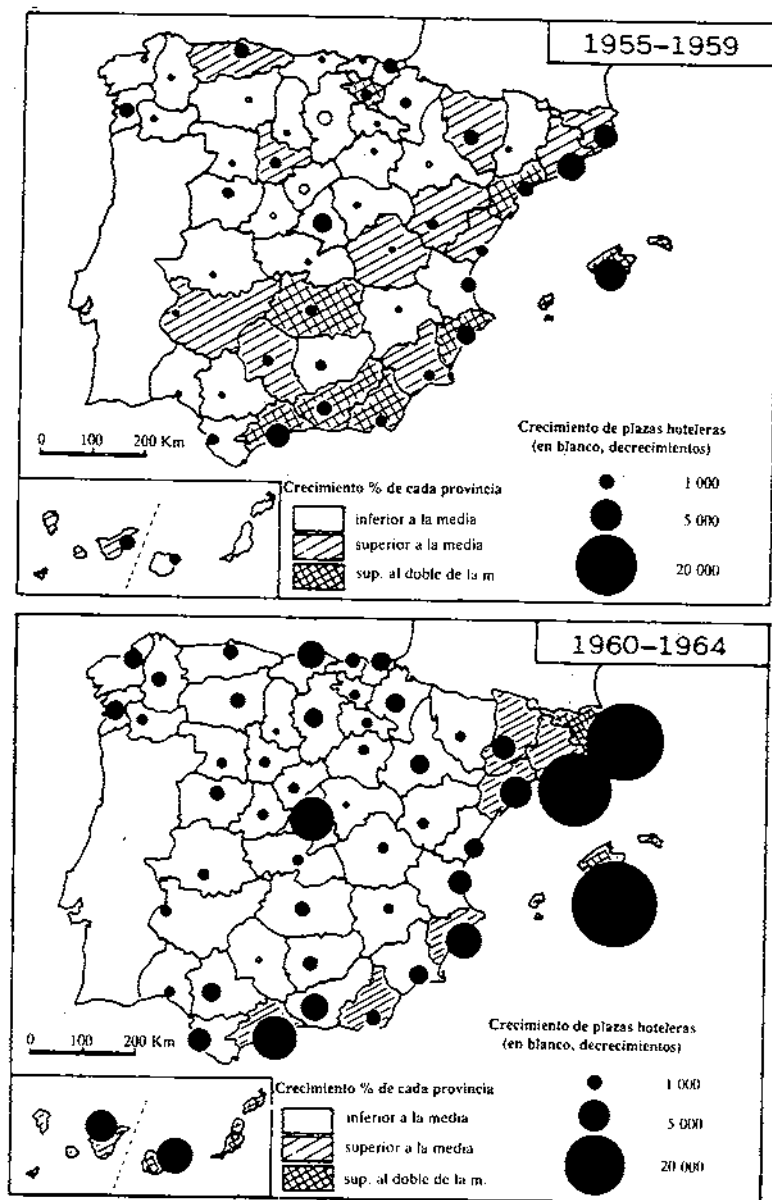


Gráfico V. Dinámica evolutiva de la oferta hotelera provincial por quinquenios. Período 1955-1984.



Gràfico V (continuación).

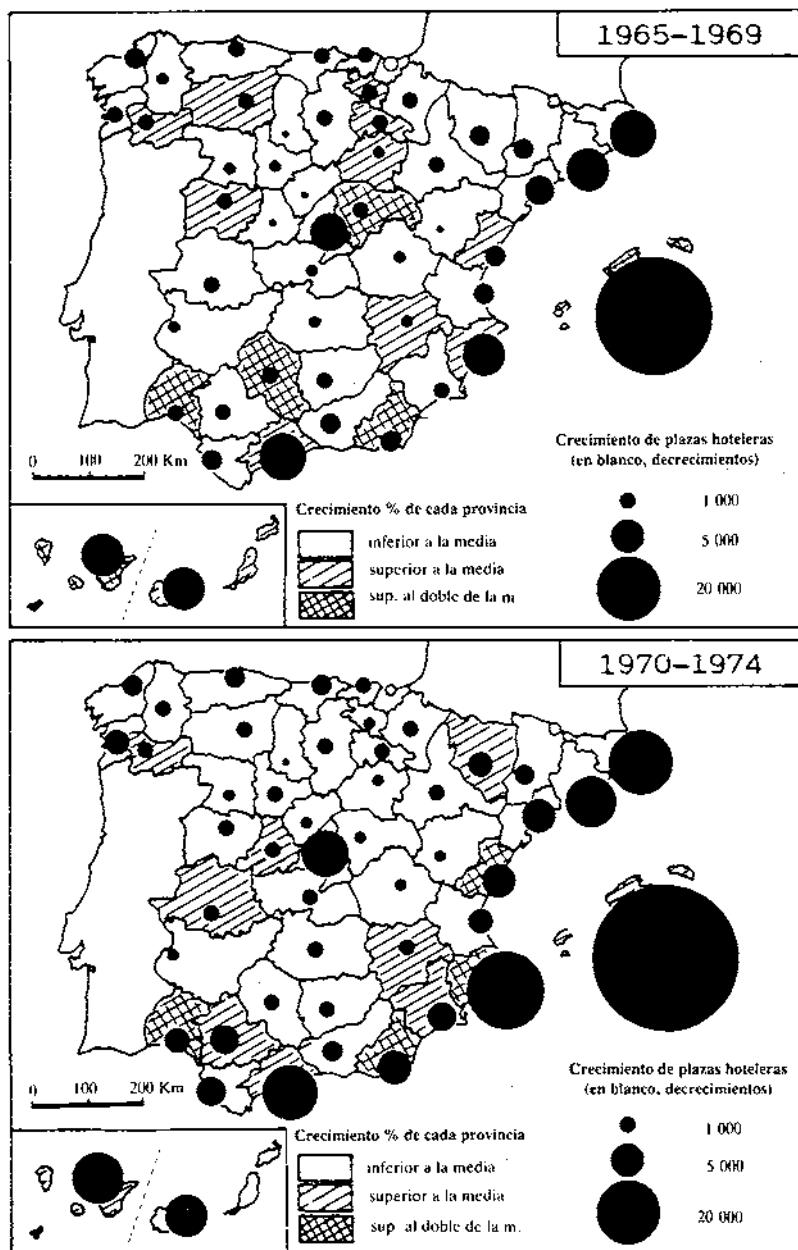


Gráfico V (continuación)

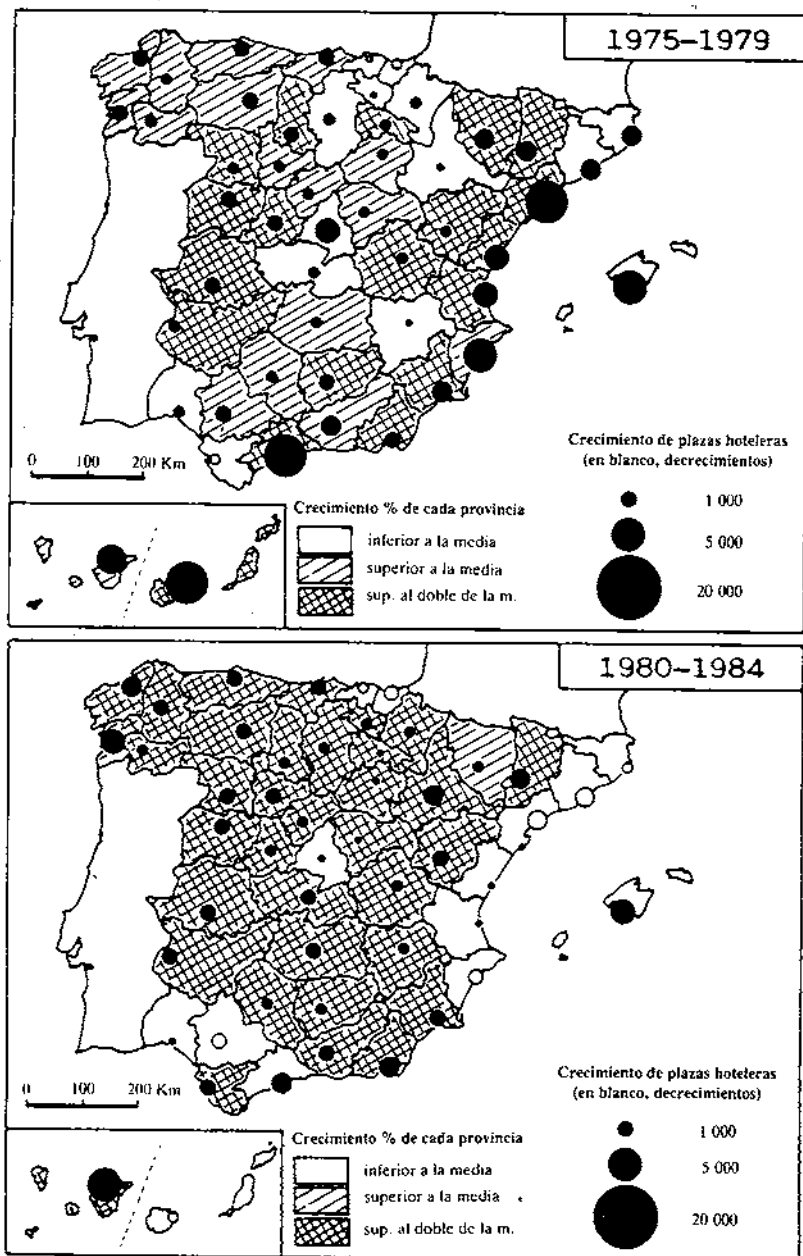


TABLA III

Evolución de las plazas hoteleras, de cámpings y del núm. de R. S. por zonas turísticas (valores absolutos y relativos)

	Plazas hoteleras				Plazas en cámpings			Núm. Res. Sec.	
	1955	1965	1975	1985	1965	1975	1985	1970	1981
1. Costa Brava-C. Dorada	16.917 17,6	96.868 29,5	163.473 20,7	158.261 18,8	68.236 56,4	133.009 58,9	167.768 43,6	140.494 17,6	311.418 16,4
2. Costa Azahar-C. Blanca-C. Cálida	6.014 6,3	22.187 6,8	78.551 10,0	84.510 10,0	19.720 16,3	37.815 16,8	59.613 15,5	191.965 24,1	435.858 23,0
3. Costa del Sol-And. marítima	6.139 6,4	27.609 8,4	77.731 9,8	87.164 10,4	10.139 8,3	14.940 6,6	38.594 10,0	74.444 9,4	198.850 10,5
4. Andalucía interior	4.527 4,7	7.539 2,3	14.864 1,9	17.079 2,0	1.628 1,5	2.984 1,3	2.434 0,6	43.531 5,5	67.631 3,6
5. Madrid	17.882 18,6	29.803 9,1	47.655 6,0	48.414 5,7	2.974 2,5	6.630 3,0	14.139 3,7	50.757 6,4	131.785 6,9
6. Cornisa cantábrica	5.009 5,2	9.800 3,0	14.785 1,9	18.061 2,1	4.938 4,1	8.599 3,8	34.459 9,0	27.428 3,4	54.522 2,9
7. País Vasco	8.313 8,7	13.093 4,0	13.594 1,7	10.695 1,3	2.530 2,1	4.587 2,0	6.117 1,6	18.249 2,3	31.890 1,7
8. Galicia	5.019 5,2	10.780 3,3	19.786 2,5	27.303 3,2	2.404 2,0	3.452 1,5	16.930 4,4	19.353 2,4	53.265 2,8
9. Zona pirenaica	7.786 8,1	15.403 4,7	30.125 3,8	35.597 4,2	3.760 3,1	6.913 3,1	21.076 5,5	28.208 3,5	78.843 4,1
10. Islas Baleares	6.022 6,3	58.379 17,8	227.727 28,9	226.932 26,9	400 0,3	723 0,3	2.323 0,6	31.843 4,0	74.237 3,9
11. Islas Canarias	1.872 2,0	16.607 5,0	59.781 7,6	71.557 8,5	- -	450 0,2	750 0,2	19.519 2,5	43.606 2,3

Tabla III (continuación)

	Plazas hoteleras				Plazas en cámpings			Núm. Res. Sec.	
	1955	1965	1975	1985	1965	1975	1985	1970	1981
12. Resto de provincias	10.468	19.999	41.164	57.764	4.091	5.722	21.175	150.394	416.697
	10,9	6,1	5,2	6,9	3,4	2,5	5,5	18,9	21,9
TOTAL	95.968	328.067	789.236	843.337	120.820	225.824	385.378	796.185	898.602
	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1: Gerona, Barcelona y Tarragona. 2: Castellón, Valencia, Alicante y Murcia. 3: Almería, Granada, Málaga, Cádiz y Huelva. 4: Sevilla, Córdoba y Jaén. 5: Madrid. 6: Asturias y Cantabria. 7: Guipúzcoa, Vizcaya y Álava. 8: La Coruña, Lugo, Orense y Pontevedra. 9: Lérida, Huesca, Zaragoza y Navarra. 10: Islas Baleares. 11: Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. 12: Resto de provincias.

Fuentes: *Anuario Estadístico de España*. INE, Madrid. Diversos años.

litoral mediterráneo: islas Baleares, Barcelona, Gerona, Málaga y Alicante, entre otras provincias. En cinco provincias el número de plazas hoteleras disminuye. Son provincias del interior, a excepción de La Coruña, afectadas en mayor o menor grado por el éxodo rural. No se ha de olvidar que en este período y en este tipo de provincias la capacidad de alojamiento estaba en función de una demanda no turística.

– *Fase de expansión (1960-1964; 1965-1969 y 1970-1974)*. En estos tres quinquenios se produce el desarrollo del equipamiento hotelero español: 178.920, 163.614 y 267.522 plazas en cada quinquenio, respectivamente; es decir, que en 15 años se construye casi el 75% de la oferta hotelera actual. Este fuerte crecimiento se concentra en el litoral mediterráneo, aunque de forma desigual, y en las provincias insulares (se incorporan las islas Canarias al proceso), destacando las islas Baleares, mientras que las provincias marítimas del norte de España («playas templadas»), pese a tener un crecimiento absoluto en su oferta, van perdiendo peso relativo al crecer en mayor medida la oferta del área mediterránea (desviación de la corriente turística hacia «playas cálidas»).

– *Fase de crisis y estancamiento (1975-1979 y 1980-1984)*. A partir de 1975 se produce en España una recesión de las tasas de crecimiento de la oferta hotelera, lo cual contrasta con los índices y con la magnitud del crecimiento de los quinquenios anteriores. Entre 1975-1979, el incremento de las plazas hoteleras fue de 75.565 y entre 1980-1984, solamente fue de 26.711 plazas. Evidentemente, a nivel provincial aparecen comportamientos distintos, pero lo nuevo y significativo es que se rompen las tendencias que habían caracterizado la evolución de los distintos grupos de provincias. Hay que señalar que el crecimiento es comparativamente más pequeño y su distribución territorial es más homogénea. Por otra parte, en los últimos cinco años, el eje del mediterráneo y provincias insulares se han desfigurado como zona de mayor concentración del crecimiento de la oferta hotelera. Por primera vez se han dado decrecimientos en el litoral catalán y en otras provincias de gran significado turístico (Alicante y Las Palmas).

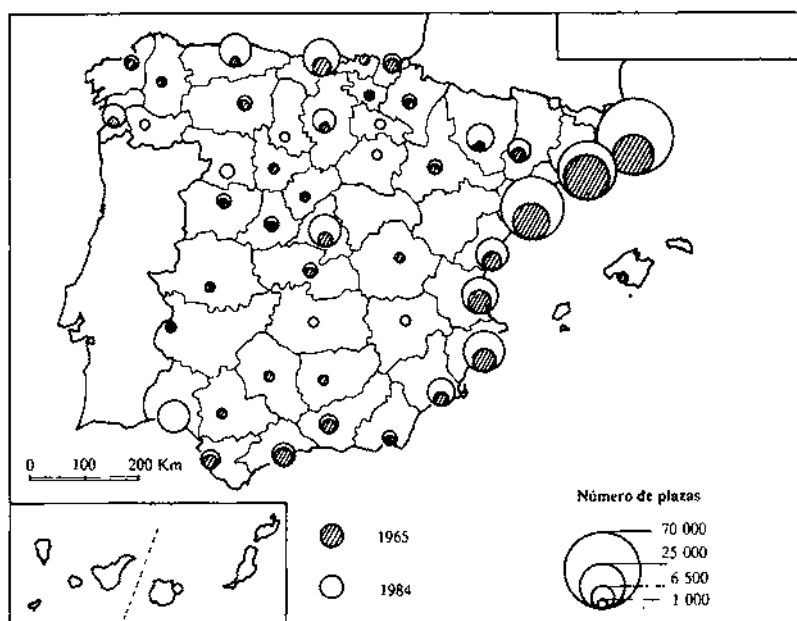
Los cámpings

La oferta de cámpings se ha desarrollado con posterioridad a la oferta hotelera y presenta, además, unas pautas evolutivas distintas (Gráfico I). En 1960 solamente existían 25.000 plazas de cámpings, que suponían el 17% respecto a la capacidad hotelera. Sin embargo, en 1985, las plazas en cámpings superaban las 356.000 representando el 42,6% respecto a las plazas en hoteles. El crecimiento de las plazas de cámpings no ha sido constante en los últimos 25 años. Dicho crecimiento fue superior, en términos relativos, al del equipa-

miento hotelero en el período 1960-1965 (la oferta de cámpings era muy inferior en valores absolutos a la oferta hotelera) y, sobre todo, durante la última década, en la que coinciden, por una parte, el estancamiento de la oferta hotelera y, por otra parte, el máximo crecimiento de la oferta de cámpings, que es superior al de la oferta hotelera tanto en términos relativos como, por primera vez, absolutos. Sin duda la crisis del sector hotelero y la demanda de otros tipos de alojamientos (cámpings, entre otros) explican este comportamiento.

La localización de la oferta de cámpings muestra una mayor concentración en comparación con el equipamiento hotelero (Gráfico VI). Esto se debe a que la oferta de cámpings es generada exclusivamente por una demanda turística, a diferencia de lo que ocurre con la oferta hotelera. Las características particulares del turismo en cámpings (motivaciones de los turistas, modo de organización, desplazamiento, etc.) han determinado que la oferta de cámpings se haya desarrollado principalmente en el litoral y en las zonas de montaña, quedando prácticamente excluidas las provincias insulares, debido precisamente a las limitaciones de este tipo de turismo, a diferencia y en claro contraste con la localización de la oferta hotelera.

Gráfico VI. Distribución por provincias de las plazas en cámpings en 1965 y 1984.



El desarrollo de la oferta de cámpings se inició en las provincias litorales del norte, principalmente de la fachada mediterránea. Así, en 1965, las provincias marítimas catalanas concentraban el 56% del total de las plazas, porcentaje que llegó a ser del 58,5% en 1979. Sin embargo, en el último quinquenio su crecimiento ha sido inferior en términos relativos y absolutos al de otras provincias litorales (Cantabria, Asturias, Huelva, Murcia y Valencia, entre otras). Este comportamiento rompe la tendencia de las últimas décadas, que se caracterizó por un mayor crecimiento del litoral catalán en términos absolutos. Además, aparece un desplazamiento del crecimiento hacia las provincias litorales y también hacia el sur. Pese a ello, en 1984, las provincias del litoral catalán aún concentraban el 44,6% del total de las plazas de cámpings.

Los apartamentos, las Residencias Secundarias (R.S.)

Los apartamentos, chalés, urbanizaciones, bungalows..., constituyen un tipo de infraestructura de alojamiento turístico que obedece a motivaciones recreativas de diversa naturaleza. En su conjunto, esta infraestructura del alojamiento tiene una capacidad superior a la suma de la oferta hotelera y la oferta de cámpings. Sin embargo, a pesar de la importancia del fenómeno y de su trascendencia económica y espacial, no cuenta con fuentes estadísticas apropiadas para su estudio (ORTEGA, 1975, p. 22). Así, por ejemplo, hoy día no se sabe cuántos apartamentos existen realmente en España. Sólo se dispone, a nivel municipal y provincial, de la información referente a los apartamentos declarados a la Secretaría de Estado de Turismo y que se acogen a la normativa impuesta por este organismo.

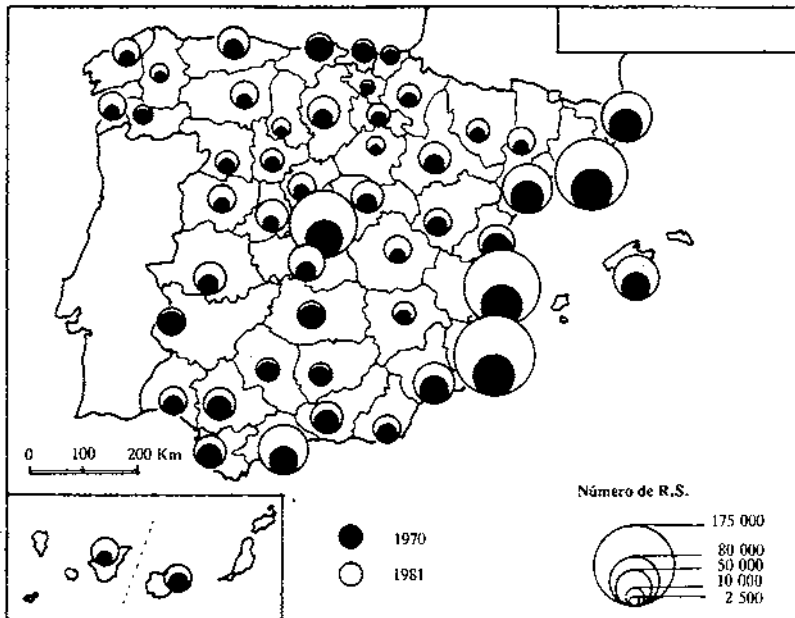
Como método aproximativo para abordar el análisis de este tipo de infraestructura se recurre normalmente a la información que contempla el Censo de Viviendas, referente a las «viviendas familiares secundarias» (residencias secundarias), pese a la ambigüedad conceptual de su definición (ORTEGA, 1975, p. 24; VALENZUELA, 1976).

En los últimos 25 años, el crecimiento de la capacidad de alojamiento de este tipo de infraestructura ha sido mayor que el de otras ofertas turísticas. En 1966 existían 363.000 plazas en apartamentos, chalés y bungalows, que pasaron a ser 1.521.000 en 1973 (123.870 eran de apartamentos declarados) y 3.600.000 en 1983 (292.655 en apartamentos declarados). La evolución, entre 1970 y 1981, de las residencias secundarias («viviendas familiares secundarias»), que engloba los tipos de alojamientos señalados anteriormente, según el Censo de Viviendas, muestra también un fuerte crecimiento (138,5%): de 96.185 a 1.898.602. Evidentemente, la capacidad dependerá de si se multiplica por el módulo 4 o 5 plazas/residencia, según utilizan diversos autores.

La distribución provincial de las R.S. en 1981 (Gráfico VII) presenta una fuerte concentración en el litoral mediterráneo. De hecho, diez provincias marítimas absorben el 54,5% de las R.S. a excepción, claro está, de Madrid. Por orden de importancia son: Alicante, Valencia, Barcelona, Madrid, Tarragona, Gerona, Baleares, Málaga, Murcia y Castellón. Esta concentración aparece como resultado de la evolución en la última década, cuyo comportamiento ha reforzado las pautas de localización de 1970, fortaleciendo aún más la infraestructura de alojamiento turístico del eje mediterráneo (atracción del binomio sol-playa).

Los mayores crecimientos relativos se han dado en las provincias no marítimas, a excepción de Málaga. Sin duda, el escaso número de R.S. de estas provincias en 1970 explica los fuertes incrementos porcentuales (Gráfico VII). Por otra parte, la demanda de la población española ha sido determinante en este caso, lo cual ha permitido el mantenimiento del «dominio interior» (que incluye las periferias metropolitanas de Madrid, Barcelona y provincias cercanas) como espacio de ocio diferenciado del «dominio mediterráneo», orienta-

Gráfico VII. Distribución por provincias del número de residencias secundarias en 1970 y 1981



do este último a la clientela extranjera, tal como señala ORTEGA (1975, p. 27). No obstante, hay que constatar que en determinadas zonas del litoral se superponen los dos tipos de demanda, la interior y la extranjera, desdibujándose los límites de los dominios señalados.

CONSIDERACIONES FINALES: ALGUNOS ELEMENTOS INTERPRETATIVOS

El desarrollo del equipamiento turístico ha sido discontinuo en el tiempo y en el espacio como consecuencia de las pautas evolutivas de la demanda turística y de la elección de las zonas de destino. Hoy día, a pesar de que algunos autores consideran que existen síntomas de estancamiento en la evolución de la demanda turística, se puede afirmar que el turismo receptivo en España es un fenómeno consolidado, aunque con una fuerte estacionalidad (los meses de julio y agosto concentran en torno al 35% del movimiento de viajeros) que provoca, entre otras consecuencias, la existencia de ciudades turísticas semi-vacías en invierno («desierto urbano»). En las últimas décadas, la extensión del bienestar social, el aumento del poder adquisitivo, la revolución de los transportes y el desarrollo de otros factores que han motivado nuevos comportamientos sociales, han comportado que la «función ocio» sea hoy día una función vital para amplias capas de la sociedad occidental.

El desarrollo del transporte aéreo, incluyendo la liberalización de los vuelos no regulares (*charters*) en los años 60, ha sido decisiva en la evolución del turismo de masas. En el caso español, este fenómeno ha permitido el desarrollo turístico de las provincias insulares. También hay que destacar el papel que han desempeñado los Tours Operadores, cuyo protagonismo ha sido paralelo al proceso señalado. Actualmente se estima que el 50% de los turistas europeos que los T.O. canalizan hacia el mediterráneo tienen como destino el territorio español, incluyendo Canarias (PEARCE, 1986, p. 2). Aproximadamente son 10 millones de turistas (30% del turismo receptivo). Además, la estrategia de los T.O. no se limita a la comercialización de los paquetes turísticos, sino que también han invertido en infraestructura de alojamiento, controlando aún más las diversas fases del proceso turístico. En este comportamiento se fundamenta GAVIRIA (1974) al establecer una estrecha relación entre turismo *charter* y neocolonialismo del espacio (producción neocolonialista del espacio turístico español).

En 1984, el 59,3% de los visitantes entraron en España por carretera, el 6,1% por ferrocarril, el 3,3% por puertos marítimos y el 31,3% por aeropuerto (7,6% en 1960). La importancia del tráfico aéreo es, pues, indudable

y dentro de este tipo de tráfico sobresale el vuelo no regular (*charter*) por su función en la canalización del flujo turístico (GAVIRIA, 1974, p. 66; VASALLO, 1983, p. 10). Así, en 1984, el tráfico internacional (entradas y salidas) en vuelos no regulares fue de 21.200.000 viajeros, que representaban el 72% sobre el total del tráfico internacional y el 41,6% sobre el conjunto del tráfico aereoportuario.

Las cifras señaladas muestran, a su vez, la importancia de la carretera como vía de entrada. Hay que destacar en este sentido el papel de la red de autopistas y especialmente de la autopista La Junquera-Alicante, como vía rápida que ha permitido un mayor acercamiento de las playas mediterráneas a los países emisores y, además, ha facilitado la aparición de nuevas fórmulas en la organización de los viajes (líneas semanales de autocares entre ciudades europeas y principales núcleos turísticos -Lloret de Mar, Benidorm, Alicante...-, emulando así a los vuelos *charters*).

España es hoy día uno de los destinos preferentes de la corriente turística europea. En su competencia con otras zonas turísticas tiene la ventaja de su proximidad geográfica, a pesar de que los costes derivados de la distancia geográfica van perdiendo importancia en la configuración de los precios de los paquetes turísticos, mientras que son otros elementos (nivel de organización, costes de otros servicios...) los que inciden, cada vez más, en los costes globales de los viajes y, en consecuencia, en la elección de los destinos. No obstante, España cuenta con otra ventaja, que es el tamaño y la tipología de su alojamiento turístico, de tal manera que su oferta puede considerarse como uno de los factores básicos de atracción de turistas. Así, por ejemplo, la oferta turística española permite a los Tours Operadores disponer de una gran maniobrabilidad en el momento de situar grandes contingentes de turistas.

Del análisis de la distribución provincial de la infraestructura de alojamiento se constata la existencia de zonas turísticas diferenciadas en base al valor y a la tipología de su oferta y a la periodización de su desarrollo en cada caso (véanse los Gráficos IV-VI-VII y la Tabla III). Otro hecho a destacar es que algunas zonas tradicionales (Cataluña, Islas Baleares) presentan síntomas de saturación en cuanto a la evolución de su oferta, mientras que otras están en fase de expansión, dado su potencial turístico, de lo que se deduce una difusión del crecimiento de la oferta turística hacia las zonas litorales del sur. Además, el análisis de la infraestructura de alojamiento ha permitido constatar un desfase temporal en el crecimiento de los distintos tipos de establecimientos, y que la oferta hotelera ha sufrido un estancamiento a partir de 1975, en contraste con la expansión de los otros tipos de alojamiento. En esta expansión ha desempeñado un papel importante el comportamiento de la demanda interior.

La crisis y el estancamiento de la oferta hotelera se debe, principalmente, a dos circunstancias. Por una parte, en la última década se ha observado un cambio cualitativo de la demanda, orientando sus necesidades de alojamiento hacia otros tipos de establecimientos (apartamentos, cámpings) y, por otra parte, la estructura empresarial tradicional de los establecimientos hoteleros (hoteles pequeños, gestión familiar...) afronta una crisis de rentabilidad que ha comportado el cierre de numerosos establecimientos, su remodelación o su transformación en apartamentos. De hecho, este fenómeno apareció antes de la crisis de 1973 debido a las consecuencias del alegre intrusismo empresarial en este sector. Hoy día, el elevado grado de canalización de los turistas a través de los T.O., cuyas demandas de alojamiento se centran cada vez más en establecimientos de 200-300 plazas, está incidiendo negativamente en la supervivencia de numerosos hoteles, y también está orientando el proceso de creación y las características de los nuevos establecimientos.

Sin duda, las urbanizaciones, en sus distintas modalidades, representan la forma de ocupación turística del espacio que mayor superficie requiere, con lo cual su papel ha sido determinante en el proceso de creación del espacio urbanizado de función turística, lo cual se pone de manifiesto a escala comarcal y provincial, como es el caso de la provincia de Valencia (MIRANDA, 1985). Su impacto en el territorio se manifiesta tanto en sentido estricto (transformación de los usos del suelo, degradación del paisaje...) como en sentido amplio, puesto que actúa como factor estructurador del territorio y, en definitiva, como factor de transformación y reordenación de los asentamientos (VALENZUELA, 1986).

La maximización de las entradas de viajeros ha sido uno de los objetivos de la política turística y, en consecuencia, uno de los elementos definidores del modelo turístico español. El énfasis en conseguir dicho objetivo ha supuesto la supeditación de otros componentes de la política turística (promoción, precios, política del suelo y planificación...) que ha comportado desajustes en el sector (incluyendo una creciente dependencia del exterior) y una urbanización turística poco acertada.

El objetivo último de la política de maximización de las entradas de viajeros ha sido la obtención del máximo de ingresos por turismo. Estos ingresos han servido para paliar el déficit de la balanza comercial y el déficit de la balanza de pagos, de ahí que el turismo haya sido considerado como uno de los «motores» del crecimiento económico de los años sesenta y setenta, junto al papel desempeñado por las remesas de los emigrantes y las inversiones extranjeras. Los datos de 1981 son significativos para valorar su importancia. Así, el valor de los ingresos por turismo fue en este año de 6.716 millones de dólares, lo cual representó un valor equivalente al 21% de las importaciones, al 33,5% de las exportaciones y, en consecuencia, al 60,5% del déficit comercial.

Otro indicador que permite valorar la importancia económica del turismo es su aportación al P.I.B. Dicha aportación se sitúa en torno al 10%; lo cual es revelador del papel que desempeña la actividad turística en la estructura productiva española. Pero, además, si contemplamos este indicador de forma regionalizada, constataremos la importancia fundamental en determinadas regiones. Así, por ejemplo, en las islas Baleares la aportación del turismo al P.I.B. regional es del 51% y en las islas Canarias el 26%. Sin duda, estos porcentajes corroboran la función turística y la jerarquización de espacios turísticos señalados al analizar la concentración territorial del equipamiento turístico.

El modelo económico español en las últimas décadas ha comportado un modelo territorial caracterizado por la concentración espacial de los medios de producción y de la población. Entre las zonas de mayor concentración, destaca el litoral mediterráneo, que se considera como eje privilegiado para diferentes actividades económicas. Y es precisamente en este litoral donde se ha proyectado la actividad turística, dadas sus condiciones geofísicas. En definitiva, el desarrollo turístico ha contribuido notablemente al proceso de concentración espacial, acentuando los desequilibrios.

Las características analizadas en estas páginas nos permiten afirmar, como última consideración, el carácter irreversible del turismo en España y, en consecuencia, de su dimensión económica y territorial, puesto que constituye un elemento estructural de nuestra economía y de nuestro territorio.

BIBLIOGRAFÍA

- ARRILLAGA, J. I. DE (1962); *Ensayos sobre turismo*, Editur, Barcelona.
- BARBAZA, Y. (1966); *Le paysage humain de la Costa Brava*, A. Colin, París.
- BARCELÓ PONS, B. (1964); «El turisme a les Illes Balears» (I, II y III), *Serra d'Or* (marzo 1964, abril 1964, mayo 1964), Barcelona, pp. 37-39, 23-25 y 25-27, respectivamente.
- CALS, J. (1974); *Turismo y política turística en España: una aproximación*. Ariel, Barcelona.
- CALS, J. (1982); *La Costa Brava i el turisme*, Kapel, Barcelona.
- CALS, J. (1983); «El modelo turístico español», *Estudios Turísticos* 80, pp. 15-19.
- CANTO FRESNO, C. DEL (1983); «Presente y futuro de las residencias secundarias en España», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* 3, pp. 83-103.
- COYA SANZ, M. (1975); «Un análisis de la distribución espacial de la demanda», *Estudios Turísticos* 47-48, pp. 139-177.
- El turismo en Canarias*. IV Jornadas de Estudios Económicos Canarios (La Laguna 1983). Instituto Universitario de Desarrollo Regional de la Universidad de La Laguna 1985.
- Equipo Investigador del IET (1982); «Comportamiento vacacional y turístico de los extranjeros», *Estudios Turísticos* 46, pp. 57-91.
- ESTEVE SECALL, R. (1982); *Ocio, turismo y hoteles en la Costa del Sol*, Universidad de Málaga, Málaga; E. Diput. Prov., Málaga.

- GABINETE DE ESTUDIOS SOCIOLOGICOS DEL IET (1983); «Avance de resultados de la encuesta sobre comportamiento vacacional y turístico de los españoles, 1982», *Estudios Turísticos* 79, pp. 3-22.
- GARCÍA MANRIQUE, E. (1969); «Sobre el turismo español», *Homenaje al Dr. Cassellas*, Zaragoza, pp. 503-530.
- GARCÍA MANRIQUE, E. & OCAÑA, C. (1982); «La organización espacial de la costa mediterránea andaluza», *Baetica* 5, pp. 15-57.
- GAVIRIA, M. (dir.) (1974); *España a Go-Go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*, Ediciones Turner, Madrid.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1982); «L'oferta de càmpings», *Atlas sòcio-econòmic de Catalunya*, Caixa d'Estalvis de Catalunya; Ahorrobank, Servei d'Estudis del Banco Urquijo, Barcelona, full 5.03.02.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1986a); «L'évolution de la demande touristique en Espagne», *UGI Conferencia Regional sobre los Países Mediterráneos* (1-5 sept. 1986, Barcelona). Sección T.6. «El Turismo Mediterráneo», 13 pp. (mecanografiado).
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1986b); «Le tourisme», *Treballs de la Societat Catalana de Geografia* (número especial dedicado a Cataluña), pp. 153-168.
- MIRANDA MONTERO, M.J. (1985); *La segunda residencia en la provincia de Valencia*, Sección de Geografía, Universidad de Valencia, Valencia.
- ORTEGA VALCÁRCCEL, J. (1975); *Residencias secundarias y espacio de ocio en España*, Departamento de Geografía, Universidad de Valladolid, Valladolid.
- PEARCE, D.G. & GRIMMEAU, J.P. (1985); «The spatial structure of tourist accommodation and hotel demand in Spain», *Geoforum* 16 (1), pp. 37-50.
- PEARCE, D.G. (1986); «The evolution of charter tourism in the Mediterranean: a geographical perspective», *UGI Conferencia Regional sobre los Países Mediterráneos* (1-5 sept. 1986, Barcelona). Sección T. 6. «El Turismo Mediterráneo», 12 pp. (mecanografiado).
- SALVA TOMÁS, P.A. (1985); «Turisme i canvi a l'espai de les Illes Balears», *Treballs de la Societat Catalana de Geografia* 2, pp. 17-32.
- SÁNCHEZ, J.E. (1985); «Por una Geografía del turismo litoral. Una aproximación metodológica», *Estudios Territoriales* 17, pp. 103-122.
- VALENZUELA RUBIO, M. (1976); «La residencia secundaria en la provincia de Madrid. Génesis y estructura espacial», *Ciudad y Territorio* 2-3, pp. 135-152.
- VALENZUELA RUBIO, M. (1986); «La residencia secundaria como factor de transformación y reordenación del sistema de asentamientos. Conflictos territoriales y retos urbanísticos», *Jornades Tècniques sobre Turisme i Medi Ambient* (17-19 set. 1986, Sant Feliu de Guíxols, Girona), pp. 107-128.
- VASALLO, I. (1983); «El turismo de masas en España», *Estudios Turísticos* 80, pp. 3-14.
- VILÀ VALENTÍ, J. (1962); «El valor económico del turismo en España», *Estudios Geográficos* 87, pp. 293-297.
- VILLEGAS MOLINA, F. (1986); «Turismo», cap. XIV de *Geografía General de España* (dirigida por M. de Terán, L. Solé Sabarís y J. Vilà Valentí), Ariel, Barcelona, pp. 435-447.