

**F. López Palomeque, J. F. Vera Rebollo,  
A. Torres Delgado, J. A. Ivars Baidal**

# **El turismo, ¿fin de época?**

**Desafíos de España como destino turístico  
en un nuevo escenario**



# El turismo, ¿fin de época?

Desafíos de España como destino  
turístico en un nuevo escenario

Francisco López Palomeque,  
J. Fernando Vera Rebollo,  
Anna Torres Delgado,  
Josep A. Ivars Baidal

Universitat de València



Colección: Desarrollo Territorial, 24

Dirección: María Dolores Pitarch

Consejo de dirección: Josep Vicent Boira, Sacramento Pinazo, Joan Romero, Ana Sales

Consejo editorial:

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Nacima Baron               | École d'Urbanisme de Paris                        |
| Dolores Brandis            | Universidad Complutense de Madrid                 |
| Gemma Cànoves              | Universidad Autónoma de Barcelona                 |
| Inmaculada Caravaca        | Universidad de Sevilla                            |
| Josefina Cruz Villalón     | Universidad de Sevilla                            |
| Carmen Delgado             | Universidad de Cantabria                          |
| Josefina Gómez Mendoza     | Universidad Autónoma de Madrid                    |
| Francesco Indovina         | Istituto Universitario di Architettura di Venezia |
| Oriol Nel·lo               | Universidad Autónoma de Barcelona                 |
| Andrés Pedreño             | Universidad de Alicante                           |
| Rafael Mata                | Universidad Autónoma de Madrid                    |
| Carme Miralles             | Universidad Autónoma de Barcelona                 |
| Ricardo Méndez             | CSIC  |
| Joaquim Oliveira           | Director de Política Regional y Urbana de la OCDE |
| José Alberto Rio Fernandes | Universidade do Porto                             |
| Andrés Rodríguez-Posse     | London School of Economics                        |
| Julia Salom                | Universitat de València Estudi General            |
| Joao Seixas                | Universidade Nova de Lisboa                       |

Esta publicación no puede ser reproducida, ni total ni parcialmente, ni registrada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni por ningún medio, sea fotomecánico, fotoquímico, electrónico, por fotocopia o por cualquier otro, sin el permiso de la editorial. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Del texto: los autores, 2022

© De la presente edición: Publicacions de la Universitat de València, 2022

Publicacions de la Universitat de València

[puv.uv.es](http://puv.uv.es)

[publicacions@uv.es](mailto:publicacions@uv.es)

Coordinación editorial: Amparo Jesús-Maria Romero

Corrección: David Lluch

Maquetación: Celso Hernández de la Figuera

Diseño de la cubierta: Celso Hernández de la Figuera

ISBN: 978-84-9134-851-1 (papel)

ISBN: 978-84-9134-863-4 (PDF)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-  
NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.

# Contenidos

## Lista de ilustraciones y tablas

PRÓLOGO, *Jorge Olcina Cantos*

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. El turismo de hoy y el futuro del turismo

1. De los récords de visitantes al final del turismo: ¿qué está pasando?
2. El turismo, ¡qué gran invento!, ¿o no?: notas sobre la formación de España como destino turístico
3. Estructura geográfica del turismo: una primera visión
4. Factores de cambio y nuevo escenario: incertidumbres y certezas

CAPÍTULO 2. España, un destino turístico consolidado: proceso de configuración

1. Una interpretación de la configuración de España como destino turístico: factores y procesos
2. Espacios y destinos turísticos. El proceso de implantación territorial del turismo
3. Caracterización de la importancia económica y social del turismo. La competitividad, un argumento recurrente
4. Dinámicas territoriales-turísticas en una nueva etapa

5. Los grandes destinos del turismo masivo ante el cambio: alternativas desde el poscrecimiento y estrategias para el futuro

### CAPÍTULO 3. El turismo en el contexto de la movilidad espacial de la población

1. El turismo y los cambios de la movilidad espacial
2. Turismo y transporte: sinergias y factores
3. Movilidad interna en destinos y áreas turísticas: sostenibilidad y accesibilidad universal
4. Nuevos modelos y formas de movilidad

### CAPÍTULO 4. Revolución tecnológica y transformación digital: factores de cambio en el turismo

1. ¿Cómo han cambiado la forma de viajar las TIC? Una perspectiva desde el ciclo del viaje
2. La transformación digital del sistema turístico
3. España, referente mundial en destinos turísticos inteligentes: ¿algo más que un proyecto institucional?
4. El turismo ante la imparable evolución de las TIC: perspectivas de futuro

### CAPÍTULO 5. Turismo y sostenibilidad: un binomio en cuestión

1. Consideraciones iniciales
2. ¿Es España un destino sostenible?
3. Problemas y retos de la sostenibilidad turística en España
4. Estrategias actuales para una práctica turística más sostenible
5. Nuevos (y no tan nuevos) marcos de sostenibilidad dentro de los que repensar el turismo
6. Sostenibilidad: una de las claves para la transformación del turismo

CAPÍTULO 6. Política, planificación turística y gobernanza de destinos

1. Los actores del sistema turístico y el papel de la Administración pública
2. Turismo y políticas públicas: ¿laberinto institucional?
3. Planificación turística y gestión de destinos a distintas escalas
4. Mito y realidad de la gobernanza en turismo

CAPÍTULO 7. Reflexiones para la reformulación del modelo turístico

**Referencias bibliográficas**

# Lista de ilustraciones y tablas

Figura 1.1 Principales destinos del turismo mundial (2017)

Figura 1.2 El turismo en viñetas

Figura 1.3 España, todo bajo el sol

Figura 1.4 Mapa de distribución del turismo internacional en el mundo (2018)

Figura 1.5 Estacionalidad de la demanda turística internacional en España (2019)

Figura 1.6 Hotel cerrado en tiempos de pandemia (Barcelona)

Figura 1.7 Día Mundial del Turismo, dedicado a la sostenibilidad en 2017

Figura 2.1 Llegadas de turistas internacionales a España (en millones)

Figura 2.2 Distribución provincial de la oferta de alojamiento (plazas por modalidad / total nacional) (2019)

Figura 2.3 Distribución de la oferta de alojamiento (plazas por modalidad / total provincial) (2019)

Figura 2.4 Viviendas turísticas en España (2020)

Figura 2.5 Pernoctaciones en alojamientos rurales (2019)

Figura 2.6 Pernoctaciones en alojamientos rurales (diferencia agosto de 2019 / agosto de 2020)

Figura 2.7 Pernoctaciones en hoteles (diferencia agosto de 2019 / agosto de 2020)

- Figura 2.8 PIB turístico y relación con el PIB de España
- Figura 3.1 Evolución por número de países de las restricciones al turismo internacional de abril de 2020 a febrero de 2021
- Figura 3.2 Evolución de las llegadas de turistas internacionales a España por vía de acceso (1950-2019)
- Figura 3.3 Evolución del tráfico de viajeros en alta velocidad y en media y larga distancia convencional
- Figura 3.4 Evolución de pasajeros de tren de alta velocidad y avión en las principales rutas españolas de alta velocidad
- Figura 3.5 Evolución de cruceristas en el puerto de Barcelona (2011-2020)
- Figura 3.6 Pasajeros en los principales puertos de cruceros y variación interanual
- Figura 3.7 Evolución de la longitud de carril bici y ciclocarril en Valencia (1996-2019)
- Figura 4.1 Evolución de la tecnología en el ámbito del turismo
- Figura 4.2 Estructura y componentes del ecosistema turístico inteligente
- Figura 4.3 Transformaciones del sector turístico provocadas por la digitalización
- Figura 4.4 Índice sintético y subíndices de integración tecnológica para el sector de los hoteles en la UE-27 y España (2019)
- Figura 4.5 Índice sintético y subíndices de integración tecnológica para el sector de las agencias de viajes en la UE-27 y España (2019)
- Figura 4.6 Canales de compra utilizados en el sector viajes en España (2018-2019)
- Figura 4.7 Estructura de la distribución turística

Figura 5.1 El binomio turismo-territorio y su relación con la sostenibilidad de la actividad

Figura 5.2 Vulnerabilidad potencial al cambio climático y principales destinos turísticos de España (2019)

Figura 5.3 Provincias de España según el periodo de máxima construcción de segundas residencias

Figura 5.4 Densidad e intensidad turísticas en España (2019)

Figura 6.1 Distribución de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos versus distribución del Fondo Next Generation EU

Figura 6.2 La cooperación y la coordinación: una necesidad ineludible del turismo

Tabla 1.1 Evolución del ranking de los diez primeros países según turismo internacional (llegadas de turistas internacionales)

Tabla 1.2 Principales regiones por volumen de pernoctaciones turísticas en la Unión Europea (nuts 2)

Tabla 1.3 Composición del PIB de España: aportación de los principales sectores (2018)

Tabla 2.1 PIB de las comunidades autónomas y aportación del turismo (2019)

Tabla 2.2 Municipios de España con mayor porcentaje de viviendas turísticas respecto al total de viviendas censadas (2020).

Tabla 2.3 Renta bruta en diferentes municipios turísticos (2018)

Tabla 2.4 Destinos de turismo urbano con mayor número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (2019)

Tabla 3.1 Evolución del tráfico ferroviario de viajeros en España (en miles)

Tabla 3.2 Principales compañías aéreas por número de pasajeros en España (2004 y 2019)

- Hitos de la Estrategia de Movilidad Sostenible e  
Tabla 3.3 Inteligente de la Unión Europea
- Tabla 4.1 Ejes y ámbitos del modelo de destino turístico  
inteligente de SEGITTUR
- Tabla 4.2 Tecnologías aplicadas en iniciativas de destinos  
turísticos inteligentes
- Tabla 5.1 Características del empleo en el sector turístico en  
España (2019)
- Tabla 5.2 Impactos socioculturales del turismo
- Tabla 5.3 Impactos económicos del turismo
- Tabla 5.4 Impactos ambientales del turismo
- Tabla 6.1 Evolución de la política turística de la  
Administración central española
- Tabla 6.2 Leyes de turismo de las comunidades autónomas
- Tabla 6.3 Caracterización de la planificación turística en  
España (1992-2030)

# Prólogo

El turismo es consustancial al territorio español. Desde los años sesenta del pasado siglo así ha sido y así sigue siendo. El impacto socioeconómico en ingresos, en participación en el producto interior bruto, en número de visitantes anuales, en volumen de puestos de trabajo creados, y la impronta territorial generada, esto es, la transformación del espacio geográfico que ha supuesto en las últimas décadas, convierten al turismo en la actividad más transformadora de la sociedad y del territorio español.

La geografía española ha sabido incorporar, desde hace años, el estudio de la actividad y del espacio turístico a su corpus de reflexión y método. El turismo no se entiende sin el territorio, sin el medio donde se localiza, sin la población que lo vive, autóctona y visitante. De ahí que el estudio del turismo en nuestro país no pueda entenderse sin las aportaciones de la geografía española. La geografía del turismo en España es una de las temáticas de estudio que más ha evolucionado, en temas y métodos de análisis, en apenas cuatro décadas de desarrollo constante de docencia e investigación. Sin olvidar estudios clásicos en los albores de la geografía universitaria en nuestro país de los años sesenta y setenta del siglo pasado. Los cambios experimentados en el mundo y en España en la actividad turística han obligado a incorporar nuevos conceptos,

nuevas aproximaciones, nuevas herramientas de análisis, nuevas orientaciones de utilidad práctica para empresas y administraciones. Y todo sobre una base principal: el correcto conocimiento del espacio geográfico en su integridad, sin el cual no serían posibles las aproximaciones sectoriales y escalares. Esta es la clave del éxito académico de la geografía del turismo en nuestro país junto a la vivencia directa, la cotidianeidad, del fenómeno turístico dada su importancia territorial y socioeconómica en la práctica totalidad de nuestro país.

Este libro es un buen ejemplo de todo ello. Una obra elaborada por cuatro académicos sobresalientes en el estudio del turismo español. Conocedores de su evolución histórica, de su comportamiento reciente, de las nuevas líneas de investigación que se han incorporado a la disciplina, del funcionamiento de métodos y herramientas de trabajo en el contexto de la inteligencia territorial, de las relaciones público-privadas fundamentales para entender el turismo español; investigadores principales de proyectos competitivos de temática turística, partícipes de constantes acciones de transferencia de conocimiento con el sector. Un plantel académico de excelencia para un texto excelente. La estructura del libro es un ejercicio de claridad conceptual, de preocupación de los autores por los contenidos que se deben explicar en el aula en cada momento. Se aborda, sucesivamente, la creación de un destino turístico consolidado, como es el español, con nuevos productos que han ido desarrollándose y complementan un producto líder a nivel mundial. Se presentan dos ejes esenciales en la reflexión y acción de la actividad turística de nuestro país en la actualidad: la incorporación de las nuevas tecnologías en la gestión y la promoción de la actividad y de los destinos y la sostenibilidad como sello de calidad, como imagen de marca irrenunciable del espacio turístico en el siglo XXI. En los próximos años, no se van a entender los destinos

turísticos que no sean inteligentes y sostenibles. Y no se olvida el análisis de las políticas de promoción de destinos e impulso de programas desde la Administración pública como locomotora de acciones, que debe venir acompañada de una estrecha colaboración con el sector privado.

El libro aúna espíritu crítico, reflexión madura e innovación temática. Es, sin duda, el texto universitario sobre turismo más completo para entender la realidad geográfica del turismo en España, para comprender su evolución histórica contemporánea, su impronta espacial, las etapas de desarrollo recientes animadas por nuevos procesos y productos. Un bagaje necesario para aportar las iniciativas y propuestas que incluyen el apartado final de esta monografía y que deben convertirse en eje de políticas públicas y acciones privadas necesarias para su futuro próximo, tras el golpe provocado por la COVID-19.

Pero la pandemia ha servido también para la reflexión. Administración, empresas y destinos han aprovechado el cese brusco de la actividad turística para reinventarse nuevamente. Los autores analizan en el libro estas experiencias y aportan bases para una correcta reformulación del turismo español, sin cambios radicales – utópicos e irrealizables en el contexto actual–, apostando por la integración de acciones, por la visión a medio y largo plazo, tan necesaria en la planificación correcta de territorios y actividades. Todo ello desde una experiencia teórico-práctica indiscutible de los autores en la investigación del turismo español.

Alex Murphy, en su reciente reflexión sobre la geografía, señala que la familiaridad con los hechos geográficos es importante también desde el punto de vista personal, pues una de sus potencialidades es la de estimular una conexión más estrecha de las personas con su entorno y enriquecer el significado de la vida. El turismo es, sin duda, la actividad que más conecta físicamente a las poblaciones y más puede

ayudar a entender la singularidad de la vida humana, por el estímulo que conlleva el viaje y el descubrimiento de otras realidades geográficas. Porque ante todo el turismo es territorio, son destinos, son lugares y, como nos enseñó Tuan, el ser humano comprende su entorno a través de experiencias en interacción con los lugares.

Afrontamos un decenio decisivo. Tras el enorme impacto económico y social de la pandemia, llega la recuperación de la actividad turística, de la movilidad, pero también el momento de la preparación para el cambio climático que ya evidencia sus primeros efectos. Los territorios y las sociedades en todo el mundo deben comenzar a adaptar su economía a la nueva realidad climática. En España, también. Y el turismo es, junto con la agricultura, la actividad económica más expuesta al cambio climático. Y las proyecciones climáticas no dejan lugar a duda. Es el momento de actuar si no queremos sufrir pérdidas económicas elevadas y de vidas humanas por efecto del calentamiento climático y de los extremos atmosféricos asociados. No es un aviso amenazante; es, sencillamente, una oportunidad para comenzar a hacer las cosas de otro modo, para repensar nuestra relación con el medio natural, con el territorio. El Joint Research Center, en su informe *Peseta IV* (2021), señala impactos importantes para el turismo en los países europeos del Mediterráneo. Y los últimos informes del IPCC y del Panel de Expertos de Cambio Climático y Medio Ambiente del Mediterráneo (MedECC) anuncian que el proceso de calentamiento está adquiriendo rasgos propios y manifestaciones más aceleradas de lo previsto inicialmente en nuestro ámbito. No hay tiempo que perder.

Nuevas reinventiones del turismo en el mundo y en España. La pandemia ha obligado a resolver lo inmediato. En materia turística, muchos destinos han tenido que reformularse para sobrevivir. Nadie podía imaginarse que la

transmisión de un virus podría tener un impacto tan radical sobre la economía en general y sobre la actividad turística en concreto. Pero seguramente hemos asistido a un primer estadio de transformación de destinos y actividades que vendrá acompañado de cambios -necesarios- más profundos en las próximas décadas, con la adaptación al cambio climático como telón de fondo de las actuaciones. El cumplimiento de compromisos y acuerdos internacionales a medio y largo plazo (París, ODS, Unión Europea) obliga al turismo español a trabajar sin descanso a partir de ahora. Una nueva oportunidad para una actividad económica con un protagonismo fundamental en el territorio y en la sociedad española. Nuevos retos para la investigación y la docencia geográfica del turismo. Una temática con rango de disciplina científica en nuestro país cuyos resultados, como muestra la presente monografía, prestigian a la geografía española.

JORGE OLCINA CANTOS

*Universidad de Alicante*

Presidente de la AGE (2017-2021)

# Introducción

La historia del turismo muestra una evolución en la que, en diversas ocasiones, se ha hablado de un nuevo turista y de un nuevo turismo. Y, también, de una nueva fase o etapa del turismo, reflejo del carácter cambiante de este fenómeno. El título de la presente obra recoge en interrogante la duda sobre el fin de una época del turismo. Se plantea como premisa, como hipótesis que fundamentar. No se trata de una alusión al cambio de ciclo o de fase, ni tampoco al fin del turismo, a su desaparición, sino al supuesto fin de una época, a la emergencia de un nuevo modelo turístico. El significado «época» en el título y en el discurso de esta obra alude a una dimensión temporal amplia, con rasgos estructurales, de diversas dimensiones. Un cambio que supone una ruptura con la realidad anterior. Un significado que va más allá de un «ciclo» que se asocia a evolución «económica» (el turismo como actividad de producción-consumo). Los indicios de la situación anterior a la COVID-19 y las consecuencias de la pandemia aparecida en 2020, que se suma como factor de transformación, apuntan a una nueva realidad que va más allá de un simple cambio de ciclo: se trata de una afectación estructural, que desborda los vaivenes coyunturales; de alcance multidimensional, tanto en los factores inductores como en sus manifestaciones (dimensión economía, pero también, sanitaria, social, política). Además, la causa de este factor

de cambio, la COVID-19, no es una razón estrictamente económica (se trata de una epidemia) que permitiría hablar de ciclo o de cambio de comportamiento dentro de un todo o de un mismo modelo. En todo caso, como premisa y planteamiento hipotético, la formulación en interrogante constituye el reto que se debe verificar con la aportación de las decenas de páginas de esta obra.

La reflexión y la aportación al debate sobre el turismo y sobre el supuesto inicio de una nueva época se focalizan sobre un ámbito territorial concreto, España, como destino turístico. La indagación de los procesos generales, globales, constituye una tarea obligada entendiendo el marco general como factor explicativo de las dinámicas presentes y futuras del turismo en España, que han de ayudar a confirmar si el país transitará, en un futuro próximo, hacia una nueva época turística, a qué ritmo y en qué se manifestará el nuevo modelo. Además de los factores generales -de escala global-, las dinámicas y los procesos que caracterizan y caracterizarán a España como destino turístico se explicarán por factores específicos propios del país, a distintas escalas.

Identificar los factores, y en concreto los factores-clave, es fundamental para poder conocer y comprender el desarrollo del turismo en España y reflexionar sobre su futuro posible. La consulta de la amplia bibliografía existente y el seguimiento de los medios de comunicación permiten deducir diversas circunstancias recurrentes que inciden, ya sea a escala global, ya a escala regional-nacional, en el fenómeno turístico y en el desarrollo y la vitalidad de los destinos. Entre los problemas (circunstancias) globales y los problemas (circunstancias) que afectan al presente y al futuro del fenómeno turístico de España como destino turístico cabe señalar: el cambio climático; la transición energética; las desigualdades sociales; el nuevo contexto geopolítico; el nuevo paradigma

social y modo de vida; la movilidad espacial de la población; el cambio demográfico; los cambios en el modelo económico y empresarial y del mercado de trabajo; la consolidación del paradigma de la sostenibilidad; la transición digital (innovación y cambio tecnológico); las nuevas políticas turísticas; las exigencias de la gobernanza de los destinos; los límites del crecimiento del turismo y su gestión; los cambios en el conocimiento del turismo y también de las percepciones sociales; entre otros.

Los factores señalados actúan de manera interrelacionada y su consideración por separado obedece a la exigencia derivada de la necesidad de su análisis, en cada caso. Por otra parte, el desigual papel de cada factor respecto a su incidencia en la dinámica de España como destino turístico y las propias limitaciones de esta obra conducen a seleccionar los factores que se consideran claves en este contexto, y que son los cuatro que se han elegido en esta ocasión: *a)* la movilidad espacial de la población, *b)* la revolución tecnológica y la transformación digital, *c)* los límites del turismo y su desarrollo sostenible y *d)* la política y la planificación turística y la gobernanza.

Los desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario comprenden tanto la consideración de las claves que explican el presente e incidirán en el futuro próximo, como los retos que se persigan por parte de los distintos actores para conducir al país a un destino turístico sostenible en la nueva realidad. En el ámbito de la acción de los actores, los objetivos se convierten en retos. Y en el marco de la presente obra se asume, tras el análisis de la realidad turística actual y ante el horizonte de una nueva época, el compromiso de incorporar como aportación propositiva la identificación y explicación de dichos retos. El despliegue de estos es necesario para transitar hacia el nuevo escenario, y ello es responsabilidad de los actores públicos y privados.

Para conseguir el propósito del libro, sus distintos objetivos, el texto se ha estructurado en siete capítulos, entre los que figuran, obviamente, cuatro dedicados a los factores clave seleccionados. El primer capítulo se ha concebido como un marco de presentación, de contextualización del fenómeno turístico y de los procesos actuales que explican su situación actual y los interrogantes generales y de futuro de España como destino turístico. Se ha redactado con un enfoque holístico, con referencias tanto a los procesos del desarrollo del turismo y a los factores explicativos como a su distribución espacial y temporal, sin olvidar los efectos de su articulación en el territorio (transformación de la economía, de la sociedad, del territorio, etc.). Con este primer capítulo se pretende aportar una visión de conjunto del tema, para luego, en cada uno de los capítulos que siguen, profundizar en los factores clave. En el segundo capítulo se presenta la realidad turística del país y se sintetizan los rasgos básicos de España como destino turístico consolidado, una caracterización necesaria para entender su funcionamiento, sus tendencias recientes, con sus problemas y sus fortalezas, y su tendencia futura ante las nuevas lógicas del fenómeno y las nuevas condiciones del contexto, incluida la pandemia COVID-19. Se aporta un análisis de los procesos de configuración de España como destino turístico, el proceso de implantación territorial del turismo (con la constatación de un mapa asimétrico del turismo y el dibujo de diferentes espacios turísticos en el país). El capítulo se completa con un análisis de los grandes destinos masivos y con las estrategias posibles frente a los tiempos de cambio.

Tras los dos primeros capítulos, en los siguientes (del tercero al sexto), se abordan el análisis y la valoración de los factores clave seleccionados en su relación con el turismo, a saber: la movilidad espacial de la población; la revolución tecnológica y la transformación digital; la

sostenibilidad del desarrollo, y, finalmente, la política, la planificación y la gobernanza.

El tercer capítulo, dedicado al turismo y la movilidad espacial de la población, permite indagar sobre los cambios en la movilidad espacial, fundamento del turismo, y la revolución de los medios e infraestructuras, destacando el constante crecimiento y la reestructuración permanente del transporte aéreo, así como el *boom* del turismo de cruceros. Esta aproximación se completa con el análisis de la movilidad interna en los destinos, de la accesibilidad universal y de los nuevos modelos y formas de movilidad, enfoque que supone un cambio de escala complementario del habitual de los desplazamientos origen-destino-origen.

La revolución tecnológica y la transformación digital se tratan en el cuarto capítulo, en el que se responde a los interrogantes sobre los cambios en la forma de viajar que han provocado las TIC. Se profundiza en cómo ha afectado al sistema turístico la transformación digital, que ha dado paso a nuevos modelos de negocio, contexto en el que ha emergido la economía colaborativa y/o economía de plataforma. Se presta especial atención al papel que ha alcanzado España como referente mundial en destinos turísticos inteligentes y a las perspectivas de futuro de la relación TIC-turismo.

Los límites del turismo y su desarrollo sostenible, como factor clave, se analizan en el quinto capítulo, focalizando la atención en la situación del país: ¿es España un país sostenible? La respuesta obliga a identificar y valorar tanto los factores específicos que conducen a la insostenibilidad (problemas), como los retos y las estrategias para conseguir la sostenibilidad turística. El capítulo finaliza con una valoración de los marcos de sostenibilidad en los que repensar el turismo y con una argumentación que avala el hecho de que la sostenibilidad es una de las claves para la transformación y el futuro del turismo.

El sexto capítulo, sobre política, planificación turística y gobernanza de destinos, se justifica por la necesidad de conocer los actores del sistema turístico, y parte de la premisa del papel relevante que tiene la Administración pública en los procesos de desarrollo del turismo y de funcionamiento y gestión de los destinos turísticos. En este capítulo se analizan las políticas turísticas en España en los distintos niveles de la Administración (central, autonómica y local), así como los instrumentos de planificación turística, también a distintas escalas. Se completa con una aproximación al paradigma de la gobernanza (mito y realidad de la gobernanza en turismo).

El último capítulo, una vez abordados en los anteriores el análisis y la valoración de los factores clave seleccionados en su relación con el turismo, recoge, a modo de epílogo, las reflexiones para la reformulación del modelo turístico a partir de las claves y los retos que se habrán tratado en los capítulos anteriores.

El proyecto de este libro surgió a finales de 2019, antes de la aparición de la COVID-19, al final de una década en la que aparece y se consolida como corriente de opinión y de investigación la idea del «fin del turismo» (tal como se conocía). Sin duda, esta expresión puede parecer radical o inexacta, pero sin duda sintetiza una situación de creciente insostenibilidad (referida no solo al sector turístico, sino al conjunto del modelo económico, y observable además a distintas escalas: región, país, mundo), concretada en diferentes realidades y procesos específicos (entre ellos el turismo) y provocada por diversos factores.

Durante la última década se observa una proliferación de voces de todo tipo de actores que alarman sobre los límites del paradigma económico y denuncian su insostenibilidad y las evidencias de su posible colapso. Y, en este marco, también surge el debate sobre el fin del turismo tal como se

ha conocido hasta ahora, y se incorporan nuevas perspectivas críticas en torno a este.

La realidad crítica -en el sentido indicado- del final de la década, sintetizada en la expresión «fin del turismo», generó dudas e interrogantes sobre la situación real del turismo y sobre España como destino turístico, debido a los inputs habituales que hasta entonces garantizaban una situación de buena salud del fenómeno y de los destinos turísticos, aceptando por supuesto en esta dinámica la sucesión lógica de las crisis turísticas. Los interrogantes dieron paso a un creciente interés (por nuestra doble condición de investigadores del turismo y de turistas) por dar respuestas a las dudas, por conocer con el mayor rigor y objetividad posibles los procesos recientes, la situación actual y la perspectiva futura de España como destino turístico.

El proyecto ha constituido una oportunidad para indagar y reflexionar sobre los fundamentos del origen del turismo, su evolución, su vigencia y una realidad turística no exenta de contradicciones y conflictos, así como un modelo turístico necesitado de reformulación, tanto por la exigencia de reformar parte de los componentes del sector como por los condicionantes de los factores globales (cambio climático, transición energética, desigualdad social, etc.).

Tal como se ha indicado, la idea de elaborar esta obra es anterior a la aparición de la pandemia y, por tanto, a sus consecuencias en la sociedad, en la economía y, concretamente, en el turismo. La pandemia bloqueó el turismo hasta límites desconocidos hasta ahora. Con la perspectiva que da la distancia de más de un año desde el inicio de la COVID-19 y las expectativas del futuro próximo, se puede afirmar que el escenario COVID-19 se suma a una realidad anterior necesitada de transformación, lo que acelerará el proceso de cambio del futuro turismo. El proyecto del libro se mantuvo sin que la nueva situación

afectase a la idea estructural de este. La irrupción de la COVID-19 y sus impactos en el turismo en España, como destino turístico, se abordan de manera transversal en relación con cada uno de los factores clave recogidos en los distintos capítulos. No se ha dedicado, pues, un capítulo específico a la COVID-19, si bien el tema de la pandemia está muy presente -ya sea explícita o implícitamente- en todo el libro, tanto por su afectación en tiempos presentes como por sus consecuencias en el futuro.

El libro pretende conseguir un equilibrio entre una obra reflexiva de investigación y una obra de divulgación dirigida a un público amplio, más allá del ámbito universitario, interesado por los problemas actuales del país y del mundo, en una sociedad acelerada y en constante cambio. En cuanto a los aspectos formales, se ha pretendido dotar al libro de un equilibrio entre los distintos tipos de lenguajes expositivos utilizados: texto, tablas estadísticas y figuras, entre estas mapas, gráficos, fotos y viñetas.

Como es sabido, el turismo es un fenómeno transversal que se manifiesta en múltiples dimensiones y, a la vez, desde su aprehensión científica es multidisciplinar. El contenido de la obra denota el predominio del enfoque del análisis territorial y medioambiental. Sin duda, el texto es deudor de la formación (en Geografía y Ciencias Ambientales) y de la práctica profesional de sus autores, si bien se ha pretendido al mismo tiempo una aproximación sistémica y holística. La obra ha sido redactada por cuatro profesores/as que ejercen sus tareas de docencia e investigación en la Universidad de Alicante y en la Universidad de Barcelona, especializados/as en la investigación básica y aplicada del turismo. Esta aportación se suma a otras obras aparecidas recientemente, en buena parte desde la Geografía, como respuesta a la necesidad de conocimiento sobre el turismo en tiempos convulsos.

La motivación y el interés inicial de los autores por difundir unas reflexiones sobre la situación actual del turismo, y con ello aportar sus conocimientos y experiencias al debate actual sobre el tema, no hubiesen sido una razón suficiente para la materialización del libro. La acogida de nuestro proyecto por parte de Publicacions de la Universitat de València fue determinante. Esta aceptación ha hecho posible poner a su disposición el libro, para leerlo y discutirlo.

# **1 El turismo de hoy y el futuro del turismo**

El título de la obra explicita un interrogante, ¿fin de época?, que obliga a analizar los rasgos característicos del turismo en España y los factores del cambio y plantear los posibles escenarios futuros. El desarrollo de dicho análisis se formaliza en los distintos capítulos en los que se abordan los temas clave, pero, dada la complejidad de los objetivos, se ha optado, además, por un primer capítulo que constituya un hilo conductor a modo de planteamiento holístico sobre el conjunto.

## **1. De los récords de visitantes al final del turismo: ¿qué está pasando?**

En el imaginario social sobre la historia reciente de España figuran de manera clara los resultados del turismo español, que, durante décadas, año tras año, conseguía alcanzar nuevos récords de visitantes extranjeros, lo cual se percibía como un gran éxito. Cabe señalar que esta evolución, pese a los altibajos que se han dado a lo largo de más de sesenta años, también se ha observado recientemente y, en particular, en la última década. En las primeras fases de su

desarrollo, el turismo era percibido como algo coyuntural, un sector informal, «inseguro» y muy dependiente de circunstancias externas. Con el crecimiento y la consolidación del fenómeno, el turismo ha adquirido carácter estructural y, hoy día, es uno de los sectores clave del país. En las últimas fases de su desarrollo, de manera paralela al incremento de su significatividad y como consecuencia del modelo turístico seguido, han aparecido las disfunciones y los efectos no deseados, y, con ello, también las miradas críticas que rompen la anterior visión casi monolítica sobre el turismo. Esta situación más compleja explica la emergencia (antes de la irrupción de la COVID-19) del debate académico y profesional sobre la necesidad de reconducir el modelo turístico, idea de la que también participaban los actores del sector con el objetivo de ser más competitivos y mantener o ampliar los beneficios.

La mirada crítica y las propias reflexiones desde el sector se han visto fortalecidas por factores generales o externos (cambio climático, transición energética, desigualdad social, etc.) que inducen a cambios en el sistema. En este contexto aparecieron diversas interpretaciones sobre los cambios necesarios e inevitables del turismo, e incluso discursos que pronosticaban el «fin del turismo» (tal como se conoce hoy) o «el turismo después del turismo» (Donaire, 2019). La irrupción de la pandemia en 2020 ha supuesto una sacudida sobre la realidad conocida y la entrada en un escenario de incertidumbre que también comprende el futuro del turismo y las preguntas sobre el «turismo futuro».

### *España es un país turístico, ¿por qué?*

El enunciado anterior es una afirmación: España es un país turístico. Una afirmación que puede parecer una obviedad por cuanto esta condición forma parte del imaginario social

del propio país y -como mínimo- de medio mundo. Más allá de esta primera consideración, se pueden aportar evidencias de distinta naturaleza que corroboran esta caracterización.

El turismo está presente, día a día y por una razón u otra (información, conflictos, debate, reflexión, etc.), en los medios de comunicación, en los temas de conversación cotidianos de la sociedad española (turistificada), en la agenda política del poder-administración -local, regional, estatal (central)-, en la literatura, en el cine o en la investigación que se realiza en las universidades, entre otros muchos ámbitos. Y ello es debido a que, tras su desarrollo durante décadas, el turismo en España ha adquirido un carácter estructural en todas sus dimensiones (territorial, económica, social, política, etc.). De hecho, el análisis de las variables y los indicadores habituales de análisis y la caracterización de las estructuras y los componentes del país delatan el hecho turístico, su significado, su importancia. Y en relación con la percepción desde el exterior, el turismo forma parte de la imagen del país y de la «marca España».

España es un país turístico por el desarrollo que han alcanzado las actividades turísticas en términos absolutos y relativos (en relación con la dimensión de otras actividades de su sistema productivo), y también si lo comparamos con otros países. Si se considera la dimensión de turismo internacional, España es una potencia turística (según el argot habitual). En la última década siempre ha sido uno de los primeros países receptores de turistas internacionales (segundo o tercero, según los años y según se contabilice el número de visitantes o el valor de los ingresos, entre otros indicadores) y, además, durante la última década, cada año ha batido récords de visitantes. Las cifras del ranking de turismo internacional de 2019 son las siguientes: 1. Francia (89,4 millones de llegadas de turistas internacionales), 2.

España (83,5), 3. Estados Unidos (79,3), 4. China (65,7) y 5. Italia (64,6 millones) (figura 1.1 y tabla 1.1).

Del 22 al 26 de enero de 2020 se celebró en Madrid la Feria Internacional de Turismo (FITUR), en su vigesimocuarta edición, una verdadera efeméride. Cada año por esas fechas y en este evento, relevante escaparate del turismo, los responsables del ministerio presentan el balance turístico del año anterior. En esta ocasión, la ministra Reyes Maroto informó de que la llegada de turistas internacionales a España había alcanzado un nuevo récord en 2019, por séptimo año consecutivo, al registrar 83,5 millones de viajeros, un 1,2 % más que en 2018, y de que, a pesar de este récord, el turismo español aún «no ha tocado techo». En 2019 no solo aumentó la cifra de turistas llegados a España, sino que también estos habían aumentado su gasto, en concreto un 2,9 % más que en 2018, con lo que se habían alcanzado los 92.337 millones de euros. Además del balance, avanzó algunas iniciativas que iban a ser prioridad de su ministerio, como el apoyo a la iniciativa de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de convertir a España en sede de la Cumbre Mundial del Turismo y el impulso a la elaboración de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. En enero de 2020 no era imaginable la crisis sanitaria y socioeconómica general y mundial que provocó la COVID-19 a partir de febrero y que aún perdura. Crisis general y crisis del turismo en particular que, en el caso de España, provocan que la lectura de las cifras expuestas cuando se difundió el balance tenga que contextualizarse.



Figura 1.1 Principales destinos del turismo mundial (2017).  
Fuente: Cinco Días (2018).

Los datos de los párrafos anteriores constituyen evidencias parciales que corroboran que España es un país turístico. Cabe preguntarse ahora: ¿por qué España es un país turístico? Para responder a esta cuestión hay que recurrir a la historia del turismo en España y a la identificación de los factores (internos y externos) que hicieron posible su desarrollo turístico hasta conseguir ser