



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

## **Evolución del turismo activo en España**

Presentado por Lucía Rodríguez Nicasio

Tutelado por Luis Carlos Martínez Fernández

Segovia, 2020



## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	2
---------------------------	---

### **CAPÍTULO 1**

#### **Historia e impactos del sector turístico**

1.1. Origen y evolución del turismo .....	4
1.2. Impacto del turismo a nivel socioeconómico en España y en el mundo .....	9
1.2.1 Impacto económico .....	11
1.2.2 Impacto sociocultural .....	15
1.2.3 Impacto ambiental .....	16

### **CAPÍTULO 2**

#### **Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar**

2.1. ¿Qué es el turismo activo? .....	23
2.2. Modalidades del turismo activo .....	24
2.3. Nuevas tendencias. Deportes extremos .....	28
2.4. Territorio como enclave turístico .....	30
2.5. Desarrollo sostenible de los destinos .....	31

## **CAPÍTULO 3**

### **Expansión del turismo activo en España**

3.1.	Oferta y demanda del turismo activo .....	35
3.2.	Incidencia en las diferentes comunidades autónomas .....	39

## **CAPÍTULO 4**

### **Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial**

4.1.	Crisis del sector turístico y medidas de seguridad .....	51
4.2.	Recuperación del sector .....	55
4.3.	Futuro del turismo activo y nuevas promociones turísticas.....	60

<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>66</b>
---------------------------	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>67</b>
---	-----------

## INTRODUCCIÓN

*Viajar es un ejercicio con consecuencias fatales para los prejuicios, la intolerancia y la estrechez humana.*  
(Mark Twain)

El turismo no es más que otra razón que causa la movilidad social, y que se ha convertido en un fenómeno de masas unido al consumismo y en consecuencia ha provocado un gran impacto económico. Actualmente, este fenómeno compone para muchas personas una manera de ganar prestigio social e individual o una forma de reforzar ese estatus.

Si unimos este fenómeno al deporte, aparecen dos componentes fuertes para la promoción y el desarrollo de los destinos. A su vez, podemos unir el turismo deportivo con el turismo de naturaleza y crear un desarrollo económico sostenible de los destinos.

La unión que se crea entre turismo y deporte promete oportunidades para establecer negocios, tanto en destinos como en empresas.

## **CAPÍTULO 1**

### **HISTORIA E IMPACTOS DEL SECTOR TURÍSTICO.**

*El viaje nace con la humanidad. Los antiguos egipcios ya viajaban por placer; los juegos olímpicos son los primeros eventos internacionales. Los primeros viajes puramente turísticos y las primeras guías se hicieron en la antigua Roma.*

*(Carolina Rodríguez)*

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

### 1.1. Origen y evolución del turismo

Es difícil especificar cómo y cuándo comienza la historia del turismo, pero lo que sí está claro es que se remonta décadas atrás. El termalismo, el primer periodo de veraneo, los primeros excursionistas o las visitas a exposiciones internacionales del siglo XIX, son ejemplos donde podemos identificar el inicio del turismo. La trascendencia de estas actividades son las que se han ido personalizando y elaborando para crear nuevas especialidades.

Enmarcar el concepto de turismo sigue generando debates, debido a las diversas interpretaciones que se le han otorgado a este fenómeno, cuyo origen se remonta a conceptos ofrecidos por diferentes disciplinas.

Para las disciplinas que están vinculadas con el fenómeno del turismo y cuyo fenómeno significa un campo de estudio, han contemplado la necesidad de definir el concepto de turismo y así poder analizarlo, facilitando definiciones parciales.

Volviendo a la definición de turismo, este apareció para delimitar una etnohistoria de los viajes y el viaje fue hace un intervalo de tiempo visto como una excepcionalidad de las civilizaciones tradicionales. Por supuesto que las definiciones son parciales y es cierto que la realidad del siglo XXI nos enseña como la diferencia de formas a la hora de hacer turismo hace referencia una gran variedad de actividades que no siempre tienen que tener cosas en común. Lo más probable es que la palabra turismo derive del griego *'tornos'* y del latín *'tornus'*, que significan movimiento de ida y vuelta o repetición. A lo largo de los siglos XVII y XVIII, las familias nobiliarias británicas comenzaron a enviar a sus hijos a viajes de estudios (Grand Tour). De esta forma se fue estableciendo una relación del *'tour'* con cualquier actividad que suponía viajar al extranjero. Sin embargo, otros historiadores e investigadores manifiestan que la palabra *'turismo'* deriva del arameo antigua (tur que designa a los viajes). Nei Leper fue más allá en lo que respecta a la definición. Sostenía que *'turismo'* hacía referencia al apellido de una familia de aristócratas franceses. Dicha familia había recibido supuestamente en 1516 del emperador Carlos V, el privilegio de trasladarse entre Inglaterra y el continente. También esta familia se encargó de organizar viajes de comerciantes y burgueses por Europa.

Indistintamente todas las actividades relacionadas con los desplazamientos han sido nombradas en Europa de diferentes formas. En el castellano clásico se empleaba *'peregrino'* para referirse a un viajero.

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

Peregrino deriva del término latino *'peregrare'* (viajar por el mundo). Autores como Lope de Vega hicieron referencia a este término en algunas de sus obras (*El peregrino en su patria*). Poco a poco, el término de 'peregrino' se fue limitando hasta solo usarse para viajes religiosos. También en otras lenguas románicas se llegó a separar peregrino (viajes devotos) y pelegrino (viajar únicamente). El motivo de esta diferenciación en castellano se debía a que se empleaba la palabra 'romero' para lo que actualmente entendemos como peregrino, haciendo referencia a aquella persona que viajaba a Roma, aunque también podía ser Santiago, Jerusalén o cualquier lugar santo. Con el paso del tiempo esta palabra acotado a las personas que iban de romería. El término 'viaje' en castellano y catalán proviene del provenzal (*viaticum* en latín), es decir, de los suministros que se llevaban para el camino. A partir de la baja Edad media se generalizó *voyage* en Francia. El francés medieval otorgó al inglés dos palabras: *journey* y *travel* vinculada con el término castellano trabajos.

Algunos clásicos del Siglo de Oro castellano emplearon trabajo como término sinónimo de viaje, por el agotamiento que estos traslados suponían. Por otra parte, la lengua alemana posee el término "reise" que hace referencia a separarse de forma violenta. Importante nombrar que hasta la década de 1960 no se empezó a extender la palabra turismo en España.

En cuanto a la palabra turista, se trata de una autodefinición, es decir, somos turistas cuando adquirimos ese rol, reservamos un alojamiento, compramos el billete de avión y queremos conocer el lugar de destino. No obstante la palabra turista es una etiqueta que se nos coloca desde la punta de vista del residente. A raíz de esto podemos hacer referencia al 'turismo de masas' con un sentido despectivo. El concepto de masa se comenzó a utilizar en 1918 por las elites. La gran cantidad de personas con un cierto poder adquisitivo empezaron a copiar las prácticas de la elite. Así, la palabra turismo, que hacía referencia al turismo de masas y con una connotación negativa, se separó de las palabras viaje y vacaciones. El turismo, es un fenómeno complicado y su historia no se queda atrás. Al igual que los efectos que este provoca. Los viajes y el turismo han provocado cambios sociales y económicos. Los viajes científicos, de descubrimiento, peregrinaciones, comerciantes y muchos más han sido la raíz de cambios. Así mismo el turismo ha provocado catástrofes y eliminado hambrunas. Inclusive si nos centramos únicamente en el turismo de ocio y placer, se puede comprobar que las consecuencias en ocasiones han sido destructivas en lo que a lo ecológico y social se refiere, mientras que

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

por otro lado han provocado efectos positivos (modernización y liberalización de sociedades). Por esto el turismo debe ser contemplado como un sistema complejo que provoca cambios tanto en los turistas como en los residentes (movimiento de reciprocidad), que no denota simetría o igualdad, ya que unas zonas se ven más afectadas que otras.

Los viajes y el concepto de turismo se pueden separar en múltiples bloques como resultado de las diferentes actividades y necesidades de la sociedad a lo largo de la historia.

- Viajes de exploración. Son de los más antiguos. Se hacían para búsqueda de recursos o se trasladaban por sus enemigos. También por la búsqueda de reconocimiento social, exploraciones científicas, geográficas y viajes de estudio en los siglos XV - XIX
- Viajes obligatorios. Muy relacionados con los viajes de exploración. Sobretudo realizados por necesidades económicas (búsqueda de mercados para la venta de productos). También viajes realizados por motivos de guerra, expulsados, deportados y refugiados.
- Viajes de peregrinación. Viajes para visitar lugares sagrados (La Meca), para participar en ceremonias religiosas, visitas a tumbas de héroes o personajes importantes (Walter Benjamin)
- Turismo de élites. Viajes de placer realizados por las clases altas, con raíces muy antiguas (egipcios y romanos). En la Edad Media se comienzan a realizar excursiones o viajes de caza. A partir del siglo XIX se comienza a crear el turismo de masas moderno.
- Turismo de masas. Aquel en el que la mayoría o gran parte de la sociedad forman parte de este fenómeno de viajar por placer y ocio. Se extendió a lo largo del siglo XX (1945) en las sociedades occidentales. En el resto de sociedades se fueron introduciendo de forma paulatina y se diversifica desde 1980. A diferencia del turismo de elites, las personas con un menor nivel económico podían imitar este tipo de actividad turística.

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

Estos bloques temáticos son extensos ejes entre los cuales transcurren las diferentes formas culturales de viaje y del turismo como praxis cultural enlazada con el ocio. Estas prácticas culturales han continuado una transformación en el tiempo.

El autor alemán *Rüdiger Hachtmann* analizaba el prototurismo en tres etapas: en la antigüedad, en la Edad media y en la Edad moderna que finalizó con el GranTour hasta comienzo del siglo XIX. Asimismo, hace referencia al turismo burgués y al comienzo del turismo de masas (balnearios, alpinismo,...). Prosigue con el turismo social y comercial del primer tercio del siglo XX y prosigue con la delimitación del turismo en el nacionalismo (siempre haciendo alusión a Alemania). Termina trazando el surgimiento del turismo de masas en Europa del Oeste y Este.

Otra investigación nos viene de la mano de *Margarita Barreto*, que nos muestra 5 etapas de la historia del turismo:

1. Protohistoria del turismo
2. Viajes obligatorios (siglos II-X d.C)
3. Antecedentes del turismo moderno (XVI-XVIII)
4. Turismo moderno (siglo XIX)
5. Turismo contemporáneo (siglo XX)

Por otra parte, *Miguel Khatchikian* (turismólogo peruano) sintetizaba la historia del turismo en 4 etapas:

1. Era preindustrial (siglo XVIII)
2. Era moderna (aproximadamente 1815-1914)
3. Transición (periodo de entreguerras)
4. Turismo masivo (desde la IIGM hasta la actualidad)

Todas estas cronologías son muy beneficiosas y nos aportan una idea amplia y clara de este fenómeno aunque también presentan algunos problemas.

Estas divisiones indican a que tras una 1ª etapa en la que los viajes de placer incrementaron entre la elite se llega a una etapa en la que el viaje se hizo menos frecuente (Alta Edad Media).

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

Después de siglos de ruralización intensiva y dispersión territorial, esto posibilitó la consolidación de las condiciones para el viaje y unos excedentes económicos que dieron lugar a un crecimiento de los viajes de placer (viajes que realizaban las clases altas).

El incremento gradual del viaje elitista se transformará en los siglos XVII y XVIII en un atributo cultural, una costumbre que se intensificará en la revolución industrial, desde finales del siglo XVIII y comienzos del XIX. Esta práctica se transformó en turismo de masas en la 2ª mitad del siglo XX y adquirió un estatus mundial a partir de la caída del Muro de Berlín en 1989 y a su vez gracias al progreso de los países asiáticos en los inicios del siglo XXI.

Se trata de comprender la historia de los viajes de ocio considerando las distintas fases. Se puede observar que no se ha dado una sola evolución, también hubo retrocesos. Unido a todo esto ha habido varios tipos de viajes que han continuado haciendo casi sin detenerse.

Por tanto, tal vez sea preferible hacer la siguiente división:

- Prácticas concretas de viaje (turismo de masas)

Estas han existido siempre o se han establecido y cambiado; sin embargo no es constantemente empleado de la misma forma.

- Transformaciones temporales y evolución del viaje (veraneo, Gran Tour)

Estas incorporan a las prácticas concretas una línea en el tiempo. En ocasiones las formas del viaje se transforman en función de las sociedades y de los medios económicos y tecnológicos.

No obstante el viaje ha existido siempre y determinadas prácticas turísticas también; el turismo es característico del sistema capitalista, que es el que admite una expansión masiva de los viajes de ocio.

Ambos ejes (prácticas y transformaciones), se entrelazan y concluyen uniéndose en el turismo contemporáneo, que influye a un gran conjunto de la población y a la variación de las prácticas turísticas.

En el turismo como fenómeno de masas se deben tener en cuenta únicamente las actividades que se desarrollan a finales de la IIGM (1945). Sin embargo, podemos hacer referencia al turismo de elites que se dio en los siglos XIX y XX. El fenómeno turístico

## **Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico**

desarrollado se manifiesta entre 1928 y 1939. Por su parte, las modalidades del turismo previas a la aparición de las sociedades industriales del siglo XVIII deberían ser categorizadas como prototurismo. Se trata de procedimientos culturales que responden a necesidades habituales y que son ventajosas pero aún alejadas de la extensión del auténtico turismo. Es cuestión de números ya que hasta el 1945 el turismo presentaba un número acotado de personas; posteriormente este número aumentó hasta lograr alcanzar a la mayoría de la población de los países desarrollados y con predisposición a extenderse cada vez más.

No obstante es también una cuestión de cualidad: la aparición de burocracias, métodos de producción turística (AAVV, pasaportes) y de una compacta red de zonas de alojamiento y alimentación para los viajeros, estableció el progreso de la economía de mercado; la expansión de medios y vías de comunicación que exigían la construcción de estados miembros. No debemos olvidar que el modo en el que se describe anteriormente el turismo se hace desde el punto de vista europeo, es decir, las divisiones y etapas son aplicables a Europa. Otros fenómenos exteriores a la zona europea no imitan este patrón.

### **1.2. Impacto y cambios del turismo en los ámbitos socio- económicos y ambientales**

A comienzos del siglo XX, las zonas dedicadas al turismo se desarrollaron a la vez que aumentaron las iniciativas públicas y privadas de fomento.

Un elemento importante que influyó en el auge del sector turístico y transporte de viajeros fue el ferrocarril. Destacamos la compañía de los Caminos de Hierro del Norte en España, que sufrió una gran expansión en el último 1/4 del siglo XIX. Esta compañía fue una de las más vinculadas con los viajes turísticos, como se puede observar en las Guías descriptivas publicadas por esta compañía en las primeras décadas del siglo XX.

Madrid publica en 1911 una guía descriptiva que incluye: “*tarifas, balnearios y noticias generales*” con información sobre los 108 balnearios distribuidos por la red Norte en reseñas ordenadas alfabéticamente. Además de los destinos termales, otra información a destacar en estas guías son los ‘itinerarios descriptivos’; centrándose en aspectos paisajísticos y geográficos. Estos itinerarios descriptivos intentan que la gente se centre en las panorámicas y accidentes geográficos, principalmente en zonas de montaña, lo que

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

ayuda a conseguir logros técnicos. Estos itinerarios se traducen a idiomas como el francés, inglés y alemán; a medida que las guías se especializan en la demanda turística. Asimismo, en 1930 la calidad, tamaño e información de los mapas incrementa. También destacar que la elaboración de estos itinerarios apoyo a la oferta turística relacionada con los recorridos organizados en España a comienzos del siglo XX.

La capacidad de renovación y transformación han sido los elementos característicos que explican la notoriedad y el éxito que ha adquirido el sector turístico. Desde su aparición en los años 50 como un fenómeno de masas, se ha estructurado como uno de los sectores económicos mundiales. Este sector ha pasado de ser un modelo de viaje elitista a un procedimiento de producción que se encarga de satisfacer y generar las necesidades de los consumidores (principalmente centrado en sol y playa). Acorde a los cambios que ha ido sufriendo la cultura turística y los cambios en la mentalidad de los consumidores, el sector turístico comienza a centrarse en diversificar la oferta (años 70). Aunque se sigue manteniendo el “paquete turístico”, emergen nuevas modalidades turísticas como el turismo activo (turismo deportivo), el enoturismo, el turismo cultural y el agroturismo. A pesar de las grandes transformaciones que ha sufrido el sector turístico, el cambio y el desarrollo turístico ya no se considera del todo conveniente para los destinos receptores de turismo, en su lugar, se le atribuyen tanto efectos positivos como negativos.

Anteriormente, los impactos y evaluación del turismo se analizaban desde el punto de vista económico. En la actualidad se tienen en cuenta las variables ambientales y socioculturales.

La evaluación del impacto provocado por el desarrollo turístico oscila entre el pensamiento de la actividad turística como generador de beneficios económicos o se centra en su naturaleza ambientalmente y socialmente dañino. Por lo tanto los economistas son seguidores de la primera postura, mientras que antropólogos, geógrafos y sociólogos apoyan la segunda postura.

Si queremos llegar a una correcta planificación turística; se deben analizar los diferentes impactos: económico, sociocultural y el ambiental.

Si nos centramos en los impactos del turismo podemos ver que son el resultado de una compleja relación entre fenómenos. Se pueden distinguir dos subconjuntos:

## **Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico**

- Impactos del turismo como una interacción entre destino, población y turistas. Destacamos la capacidad de carga del destino y los límites de tolerancia de cada variable.
- El segundo se centra en los turistas y la toma de decisiones. Destacamos las motivaciones y la demanda.

Dentro de los diferentes impactos del turismo destacamos:

### **1.2.1. Impacto económico**

Se entiende por impacto económico, los beneficios y costes formados por el crecimiento de esta actividad. Esta variable es probablemente la más examinada porque pueden reflejarse en términos cuantitativos en comparación de otros impactos como son los socioculturales y ambientales. La dimensión de los impactos depende en gran medida del nivel de desarrollo de las CCAA receptoras.

Otra gran parte de los impactos económicos se centra en el efecto multiplicador del sector turístico. Trata de estimar como y cuanto es el gasto turístico que se filtra a través de la economía, impulsando a otros sectores.

De forma genérica, se puede suponer que los efectos multiplicadores de la economía varíen de un país a otro. Estos efectos del gasto turístico suelen ser, en su mayoría, superiores en empleo que en la producción de ingresos.

El coeficiente multiplicador del turismo en los empleos indirectos se considera uno de los más altos en comparación a otras actividades. Si bien hay que diversificar las representaciones de empleos a tiempo completo y parcial, según la temporada turística.

Podemos diferenciar cuatro consecuencias espaciales del impacto de este sector en el ámbito socio-profesional:

- Redistribución geográfica de la población dependiendo de la especialidad
- Transformación socio profesional y geográfica de la población activa
- Desertización de espacios y situación turística segregada.
- Corriente de trabajadores poco cualificados

## **Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico**

Haciendo referencia al turismo y actividad empresarial, debemos añadir que las inversiones en suministros, infraestructuras, transportes,... han mejorado la accesibilidad, y han mejorado la forma de desplazarse no solo para turistas, sino también para los residentes. Por lo tanto, la actividad empresarial se puede considerar una externalidad positiva para los destinos turísticos. Ahora bien, la unión entre empresas (suministradores de bienes y servicios) y la demanda turística es otra cuestión variable si hacemos referencia a la clasificación de los beneficios del turismo, dependiente de varios modelos de crecimiento turístico.

Otro elemento importante en el impacto económico es la inflación. El desarrollo del turismo tiene un efecto inflacionario, sobretodo en sus fases iniciales. Al comienzo de la etapa turística, la oferta de bienes y servicios turísticos y agregados no suele responder con la misma velocidad que el incremento de la demanda (aumento de los precios). Asimismo, encontramos diferencias entre el poder adquisitivo de los residentes y de los turistas. No podemos olvidar la importancia de las fluctuaciones estacionales en los precios, existen diferencias de intensidad de la demanda en función de la temporada del destino. Otro elemento significativo es la sobre-dependencia económica del sector turístico que tienen algunos destinos. Esta excesiva dependencia convierte a los destinos en zonas vulnerables debido a las grandes transformaciones de la demanda.

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico



Actualmente uno de los factores más importantes en la actividad turística, han sido los cambios en la comunicación, es decir, las nuevas tecnologías. Las TIC's han cambiado nuestra forma de comunicarnos y al mismo tiempo han transformado la forma de viajar, convirtiendo el mundo en un lugar más accesible y simple, debido principalmente a toda la información que podemos obtener únicamente pinchando en un enlace. Algunos ejemplos estas tecnologías que simplifican nuestras vidas a la hora de viajar:

- Aplicaciones de geolocalización y sistemas de información geográfica (google Maps, Car Locator, Tourist Eye)
- Redes sociales u otras aplicaciones (Whatsapp, Instagram, Drive)

Por lo tanto, los cambios sufridos en la sociedad han afectado también al conjunto de actividades, no solo turísticas, sino de todo el mundo. Desde la perspectiva de la oferta y la demanda en cuanto a los servicios turísticos, existe cierta intranquilidad a la hora de utilizar la inmensa cantidad de datos para desarrollar e impulsar el atractivo de la oferta. Desde el punto de vista de la demanda, uno de los principales atractivos a analizar es cómo la actividad turística se lleva a cabo si la persona lo desea.

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

Las empresas suelen tener como objetivo generar beneficios, y para eso deben ser siempre más competitivas, es decir deben innovar, en procesos y productos para poder conservar el sector turístico.

Las Tic han contribuido al turismo en:

- Facilitar la asignación de información y productos turísticos.
- Desarrollar la comunicación que se centra en la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos.
- Ha creado la necesidad de contar con mecanismos de difusión
- Mostrar productos y servicios turísticos a un gran número de consumidores con un coste bajo y conservar relaciones con ellos, así como con otros productores y distribuidores.
- El turismo busca captar clientes internacionales, lo que supone un desarrollo importante en materia de infraestructura, en comunicaciones que permitan y faciliten la promoción y comercialización de los atractivos turísticos en todo momento y en cualquier lugar del planeta.
- El turismo depende extraordinariamente de las Tic, ya que antes de realizar un viaje, los turistas buscan información para planear y elegir entre varias opciones.
- Las organizaciones han adquirido las Tic para actualizar de forma continua las tecnologías en sus instalaciones con el fin de conservar una ventaja competitiva mediante la innovación de sus productos y de esta manera poder competir en el mercado
- También ha cambiado la forma en que los consumidores planifican y compran sus vacaciones, ahora el turista puede conocer de información sobre vuelos, hoteles, restaurantes, paquetes turísticos, métodos de pago etc., desde su casa o trabajo y sin tener que salir para hacer todo eso.

Un claro ejemplo de TIC en el sector turístico es el sistema desarrollado en Benidorm.

## **Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico**

Benidorm es un destino pionero en el uso de las webseries y la app de Tiktok como mecanismo de promoción para atraer a los turistas más jóvenes. En estas series, disponibles en youtube y que constan de 7 capítulos, participan diferentes influencers y se muestran los diferentes recursos de los destinos. Esta serie está enfocada al segmento de los millennials como una novedosa iniciativa de promoción turística.

### **1.2.2. Impacto socio-cultural**

Estos impactos analizan los cambios que se producen en la sociedad y el estilo de vida de las personas en zonas de recepción de turistas; como pueden ser los valores, la cultura, relaciones con otras personas, costumbres y religión.

En general, los estudios analizan el impacto socio cultural, lo hacen desde un punto de vista negativo; ya que según expertos, la actividad turística exporta un modelo de sociedad reciente hacia otras sociedades con valoración 'rousseauiana'. Inclusive se hace referencia a un turismo etnocida, para describir al turismo como un destructor de culturales tradicionales.

Diferenciamos algunos de los impacto socio cultural:

- Tensiones entre grupos (xenofobia, racismo)
- Estandarización de modelos de negocio.
- Superficialidad de productos artesanos
- Daños en el sentido cultural, se usa para el entretenimiento de los turistas.
- Velocidad en el cambio de estilos de vida

Los impactos negativos tienden a regularse cuando las sociedades progresan y se modernizan. Aparecen planes de ordenamiento turístico para paliar estos efectos.

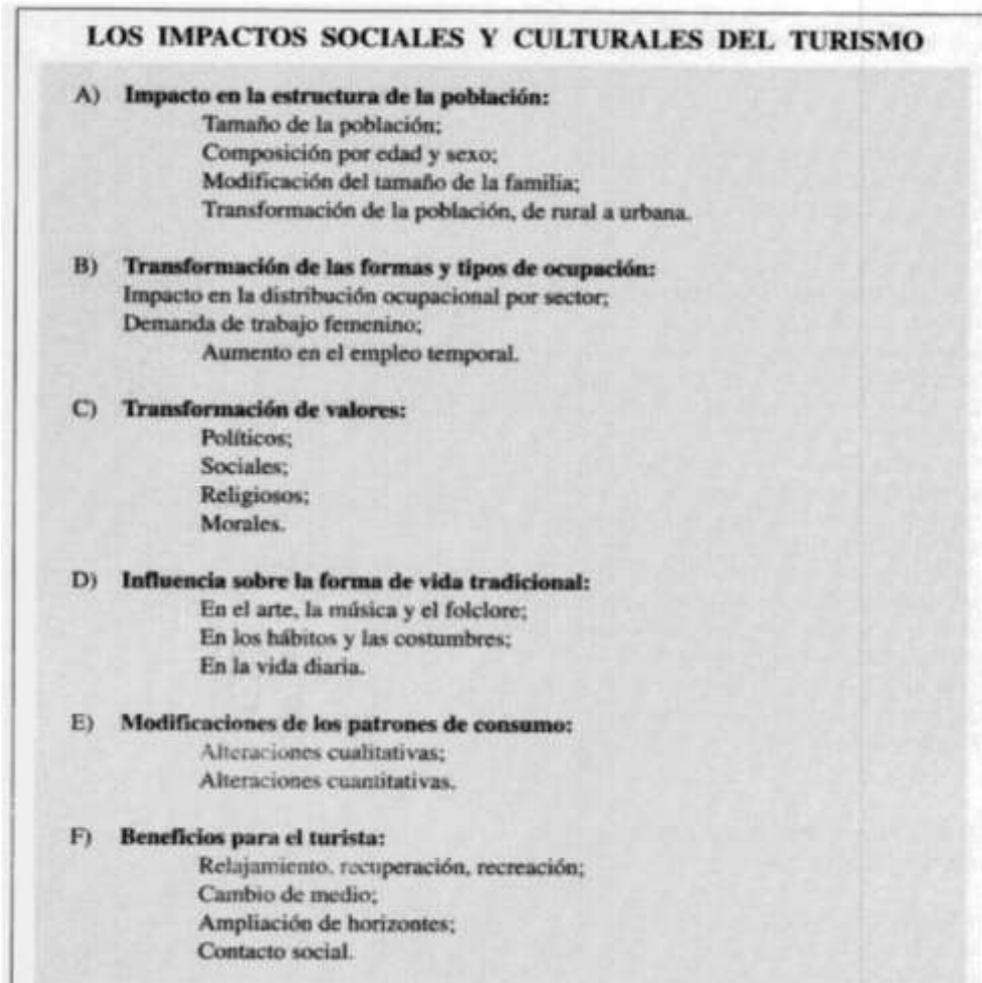
El desarrollo del turismo modifica el tamaño de la población residente a la par que incrementa la creación nuevos empleos.

Los valores pueden variar cuando se enfrentan grupos de personas distintas; esto se denomina efecto ejemplo. También la religión es un elemento importante; es uno de los motivos que provoca un determinado tipo de turismo (Roma, La Meca).

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

Por último, debemos hacer referencia al turismo cultural, que viene descrito como el turismo originado por expresiones culturales de las sociedades receptoras (gastronomía, actividades recreativas, artesanías,...).

El turismo se considera un segmento de cambio cultural, aunque no es el único. Generalmente en países pocos desarrollados, cuando dos culturas están en contacto, suele predominar solo una de ellas.



### 1.2.3. Impacto ambiental

El sector turístico se ha afianzado como uno de los más contaminantes. Una investigación publicada en “Nature Climate Change” ha unido datos de 160 países: supone el 8% de las emisiones a nivel global de gases efecto invernadero, de las cuales el 12% pertenece a los viajes en medio aéreo.

## **Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico**

Según estas estadísticas el impacto negativo del turismo se incrementará hasta un 40% si no se cambian políticas y hábitos de consumo. Si mantenemos nuestra actividad la huella de carbono provocada por el turismo se incrementará hasta alcanzar los 6.500 millones de CO<sub>2</sub>. Como dato positivo el sector turístico supone un 7% de todas las exportaciones de bienes y servicios a nivel global y mueve 1,4 billones de dólares cada año.

Los datos anteriores sobre el impacto del turismo en el entorno solo hacen referencia a las emisiones de CO<sub>2</sub>, sin embargo, en los nuevos estudios se han incorporado otros gases que provocan perjuicios como son los generados por el mantenimiento de infraestructuras y demás elementos relacionados con este sector.

Con estos datos la investigación ha establecido que el turismo es causante de casi un décima parte de las emisiones de efecto invernadero y que los vuelos que se realizan por ocio son un elemento importante que causa esta contaminación. Cualquier persona como turista debe asumir cierta responsabilidad a la hora de viajar, debemos realizar un turismo de bajo impacto ambiental y así poder reducir la huella de carbono. Asimismo, EEUU encabeza el ranking de los países con una huella de carbono muy elevada, seguido por China, Alemania e India.

Si hacemos referencia al turismo activo y lo relacionamos con el medio ambiente; la práctica masiva de algunas actividades en territorios rurales puede ser valorada como una nueva amenaza para la conservación medioambiental. Se manifiesta de forma evidente que determinadas actividades turístico-deportivas llegan a provocar fuertes efectos negativos en la naturaleza como ruidos y aglomeraciones de tráfico en entornos naturales, generación de residuos, deterioro de caminos, pistas forestales, senderos, etc. Debemos considerar, que los efectos ambientales de las actividades también cambian en función de otros factores como puede ser el número de practicantes, la educación ambiental de los mismos y la capacidad de carga del lugar.

En consecuencia, parece apropiada la regulación de las empresas que ofrecen estas actividades con una triple intención: conservación del medio natural y la biodiversidad, protección de los usuarios y creación de empresas de calidad. A pesar de que las nuevas modalidades de turismo en el entorno natural se pueden considerar como elemento potenciador del desarrollo sostenible de algunos destinos, la carencia casi completa de normativa que asegure la conservación del entorno y proteja a los consumidores de los riesgos que suponen estas prácticas deportivas, así como la oportunidad de asentar una

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

estructura empresarial necesaria, se confirma como principal problema del futuro en esta modalidad de turismo.

Actualmente, soportamos una pérdida de la diversidad biológica, perjuicio que es obligatorio detener. Desde el punto de vista de la agricultura, industria, turismo o ganadería, la biodiversidad es un recurso que se debe conservar y proteger y que se define como: «variabilidad de los organismos vivos de todo tipo, incluidos, entre otros, los ecosistemas terrestres, marinos y acuáticos en general y los complejos ecológicos de los que forman parte; este concepto incluye la diversidad dentro de las especies; entre especies y entre ecosistemas».

Por lo tanto es necesario que establezcamos medidas de protección de los ecosistemas y especies. Una parte considerable de los Organismos y Estados han identificado la necesidad de que ejecuten estas medidas los sectores relacionados con la pérdida de la diversidad biológica como la agricultura, el transporte, la energía, etc. Este conflicto afecta a todos los ámbitos de la actividad humana. Es necesario promover y preservar el delicado equilibrio de la diversidad biológica. Los ecosistemas y las especies soportan la contaminación del aire, del agua y del suelo por la excesividad de algunas actividades económicas, como es el turismo. Es bien sabido que la actividad turística, alimentada de manera descontrolada, provoca un desgaste del territorio. Se ha puesto de manifiesto que los impactos del turismo, además de en el ámbito territorial, se hacen evidentes sobre la biodiversidad y esto es principalmente evidente en España, por lo que los temas ambientales obtienen en la actualidad gran importancia.

A pesar de todo me gustaría hacer alusión a los impactos positivos del turismo en el medio ambiente.

- Las zonas individuales donde antes se realizaba agricultura intensiva y se empleaban herbicidas se ven menos perjudicados por su uso turístico
- En las zonas turísticas más desarrolladas, donde la naturaleza es el producto esencial, la protección del medio ambiente es cada vez más significativa.
- Las instalaciones turísticas como hoteles, transporte y otras infraestructuras turísticas deben añadir a la naturaleza.

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico



Todos estos impactos del turismo se transforman en un sistema clasificado por *Liburd y Edwards* como adaptativo, es decir, un sistema con formas no lineales que pueden crear variaciones complejas de pronosticar. Reconocer los impactos y tener la aptitud de solución, permite ayudar al destino a ser menos débil frente a los retos que surgen y perturban la sostenibilidad del destino.

A continuación se muestra una tabla con algunos de los impactos positivos y negativos que puede sufrir un territorio:

IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
<p>Económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de renta</li> <li>- Creación de empleo</li> <li>- Mejora de la distribución de la renta</li> <li>- Mayor control sobre precios</li> <li>- Atracción de inversiones</li> <li>- Diversificación económica</li> <li>- Establecimiento de</li> </ul>	<p>Económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incompatibilidad con otras actividades (espacios protegidos)</li> <li>- Inflación</li> <li>- Especulación</li> <li>- Estacionalidad laboral</li> <li>- Distorsiones en la economía local</li> <li>- Exceso de dependencia de la actividad turística</li> </ul>

## Capítulo 1. Impacto e Historia del sector turístico

<p>infraestructuras</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aportación rápida de divisas</li><li>- Sustituto de exportaciones tradicionales</li></ul> <p>Socioculturales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mejora de la calidad de vida</li><li>- Revitalizar el patrimonio, cultura, costumbres locales</li><li>- Rehabilitación y preservación de lugares, monumentos,...</li><li>- Intercambios turistas y población local</li></ul> <p>Entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Rentabilización de recursos naturales</li><li>- Importancia de la conservación del medio natural</li><li>- Creación de zonas protegidas y preservación de lugares con interés turístico</li><li>- Medidas de planificación y gestión</li><li>- Sensibilización por parte de los locales y visitantes</li></ul>	<p>Socioculturales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Exclusión turismo rural</li><li>- Tensión social</li><li>- Desculturización</li></ul> <p>Entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Degradación del entorno</li><li>- Usos no compatibles con el espacio</li><li>- Desarrollo urbano no integrado</li><li>- Congestión, ruido</li><li>- Rivalidad uso del suelo</li></ul>
---	---

**CAPÍTULO 2**  
**DEL TURISMO DE MASAS AL TURISMO ACTIVO. CAMBIOS EN LA**  
**FORMA DE VIAJAR.**

*Vivimos en un mundo maravilloso que está lleno de belleza, encanto y aventura. No hay fin a las aventuras que podemos tener, si sólo las buscamos con los ojos abiertos.*

*(Jawaharlal Nehru)*



## Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar

### 2.1. Turismo activo. Origen y desarrollo (España)

En los últimos años se ha podido observar una creciente relación entre turismo y deporte, como afirmó Redmond *“en los últimos años los puntos de contacto entre el turismo y el deporte se han incrementado drásticamente, una tendencia que probablemente continuará hasta bien entrado el próximo siglo”*. A pesar de la realización de estas prácticas conjuntas hay autores que afirman que el turismo y el deporte no se asocian hasta principios del siglo XX, con los deportes de invierno en los Alpes.

El turismo y el deporte son actividades que podemos realizar conjuntamente desde hace siglos. Un ejemplo pueden ser los juegos olímpicos en la antigua Grecia, celebrados en el santuario de Zeus cada cuatro años. A dicho “evento” acudían participantes de diversos estados y reinos de la antigua Grecia. Al igual que el concepto de turismo, la relación entre turismo y deporte está rodeada de controversia y es explicado y definido por diferentes autores. Una de las principales definiciones entre muchas otras, es la que aporta Hall (1992, en Latiesa Paniza) donde lo define como *“aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas para participar o presenciar actividades deportivas fuera del lugar de la residencia habitual”*

En realidad, la concepción de *“turismo activo”*, forma un abanico de actividades turístico-deportivo-recreativas en marcos también variados, con métodos, componentes y personal especializado, y con prácticas y viajes que se adaptan a las necesidades de los consumidores y que buscan un cambio para llenar su tiempo libre u organizar sus vacaciones. Es, por lo tanto, una idea “paraguas” que abarca numerosas actividades y modalidades turístico deportivas, y que habitualmente se complementan con otra modalidades turísticas. Esto sucede sobretodo en destinos especializados y con una imagen de marca afianzada (algunos ejemplos: rafting en la Sierra de Guara, surf y kitesurf en Tarifa, piragüismo y descenso de cañones en Asturias). No debemos omitir que el turismo activo de naturaleza ocasiona desplazamientos, normalmente de escasa duración (excursionismo) desde las ciudades a zonas consideradas de mayor calidad ambiental, como son las zonas rurales o espacios protegidos. La existencia del deporte, entendido como un componente fortalecedor de la calidad de vida, va unido a la idea de entretenimiento. Por ello, el deporte entendido como actividad de recreo, está definido

## **Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar**

por unas particularidades. Como objetivo principal se encuentran el placer y la diversión y como secundarias salud, relax,...etc.

La sociedad considera cada día más importante la actividad física, ya sea por la imagen o por la calidad de vida que esto supone. Esto ha provocado que los poderes públicos adopten ciertas medidas de promoción y fomentos, y adecuen espacios para la práctica de esta modalidad. Se ha producido un claro aumento de las actividades físicas realizadas en entornos naturales en los últimos años (deporte de aventura). Es esencial que la práctica de esta actividad que se realiza en contacto con la naturaleza, se desarrolle evitando, en la medida de lo posible, los impactos negativos que esta modalidad puede ocasionar. Debemos incorporar esa consideración por el entorno natural, de ahí la importancia de un turista sostenible.

### **2.2. Modalidades de turismo activo.**

Cuando hacemos referencia al turismo, tenemos que tener en cuenta que este evoluciona y cambia a pasos agigantados, y lo hace precisamente porque la demanda de servicios turísticos evoluciona. Esta modalidad se ha convertido en un gran motivador y estimulante turístico, formando un ambiente de actuación e intervención que se define como turismo activo. Localizamos diferentes significados hacia estas prácticas deportivas que se incluyen en el turismo activo: deportes de aventura, deportes tecno-ecológicos, deportes en libertad, deportes californianos, etc. Y relacionadas de forma directa con el turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, turismo de salud, turismo de aventura, etc. El reciente desarrollo de prácticas turísticas relacionadas con deportes de naturaleza son, resultados de la diversificación y expansión en las sociedades de los modelos deportivos auto-organizados e individualizados, enlazados con el turismo y el ocio, con carácter alternativo a los deportes-espectáculo y de masas (Agustín, Chang y Gibson). Este desarrollo se debe también a otros factores como el incremento en el tiempo de ocio, mayor poder adquisitivo, pérdida de interés por actividades tradicionales, mejora de accesibilidad y movilidad, la atracción por el medio natural y la búsqueda de diferenciación social a través del turismo de aventura. Estos factores muestran el carácter postmoderno de estas prácticas en el ámbito de relaciones singulares que los consumidores constituyen con el entorno natural, zonas de ocio y ambiente cultural,

## Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar

provocando una transgresión que da lugar a la cultura deportiva adaptada o propia (Pociello, 1999), alejada de la monotonía deportiva y turística convencional (Lebreton y Bourdeau, 2013).

A continuación se muestra una tabla con las actividades que forman parte del turismo activo, así como las más demandadas y ofertadas:

<b>ACTIVIDADES EN EL AGUA</b>	<b>ACTIVIDADES POR AIRE</b>	<b>ACTIVIDADES POR TIERRA</b>
Rafting Hidrospeed Piragua-kayak-canoa Descenso de barrancos Pesca Vela Surf Windsurf- kitesurf Submarinismo	Globo Parapente Paracaidismo Ala Delta Aeromodelismo Vuelo sin motor	Senderismo Ciclo turismo Escalada Esquí Vehículos a motor (4x4, quads) Orientación en la naturaleza Paseos a caballo Espeleología Rappel Trekking Vías ferrata

## Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar



Fuente: <https://www.tucasasrurales.com/blog/donde-practicar-turismo-activo-espana/>



Fuente: <https://magazine.trivago.es/guia-turismo-activo-en-espana/>



Fuente: <http://aventurocio.com/trips/barranquismo/>

## Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar

Asimismo han obtenido gran importancia e interés por parte de los consumidores la práctica de los “deportes californianos”, tanto por agua, tierra y aire. En España destacamos la organización de eventos como “Ecojocs” en Cataluña y ‘Ecoxogos’ en Galicia que se centra en los juegos deportivos en la naturaleza e incorpora turismo cultural. Un deporte que podemos destacar es el golf. Es el cuarto deporte más practicado en España, con más de 300.000 licencias federativas y unos 380 campos de golf, de los cuales únicamente el 10% tienen titularidad pública. Obviamente, este pequeño porcentaje es escaso para el gran número de practicantes en la actualidad. El perfil del turista de golf son en su mayoría jubilados procedentes de Reino Unido, Francia, Alemania, Suecia y España.

Dejando de lado los deportes tradicionales (como son el golf, esquí,... etc) podemos encontrar nuevas modalidades que han ganado mucho peso en los últimos años: turismo de aventura. Esta modalidad del turismo activo es cada vez más demandado por usuarios jóvenes y con un alma aventurera. Cuando se define turismo activo, muchos autores afirman que aparece como una contraposición al turismo tradicional y deduce que la realización de deporte en la naturaleza estimula la aparición de esta tipología.

Un producto original que se ha unido al turismo activo y a las empresas es “outdoor training” convirtiéndose en una actividad de gran crecimiento. Esta actividad es usada por muchas empresas por ser un recurso en la preparación de recursos humanos a través de actividades deportivas de aventura y con el objetivo de desarrollar valores y actitudes de los trabajadores de la empresa, así como de aumentar la productividad de la empresa en el mercado. Si hacemos referencia a los destinos que ofrecen la práctica de turismo activo, suelen ser los localizados en el turismo rural y verde. En el turismo de aventura se unen el interés de los turistas por experimentar y el pronto crecimiento por parte de empresas a la hora de fabricar equipos para proporcionar estas actividades variadas. Lo que atrae a los turistas a realizar turismo activo es precisamente ser los participantes. Actualmente el turismo de aventura es uno de los segmentos del mercado turístico que ha crecido con más rapidez, incrementando el atractivo del sector. Esto ha supuesto que aumente la variedad de actividades ofertadas. Asimismo, esta actividad proporciona muchos beneficios para los apasionados del deporte y de naturaleza:

- ❑ Apreciación y contacto con la naturaleza.

## Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar

- Interacción con el medio ambiente.
- Estimulación física y mental.
- Beneficios para la salud
- Descubrimiento de nuevas experiencias.
- Percepción de crecimiento personal.
- Diversión y entusiasmo.

Si nos referimos al turismo activo o de aventura como producto turístico, cuando se trata de planificar el tiempo libre no solo se estructuran viajes a distintos destinos explorando el modelo tradicional de sol y playa, sino que se buscan destinos que ofrezcan actividades adicionales. De esta forma podemos decir que las actividades deportivas ayudan al destino a ser más atractivos frente a otros que no tienen estas peculiaridades. Por lo tanto, el turismo de aventura o activo es un factor clave como producto turístico que atrae cada vez un mayor número de turistas.

### 2.3. Nuevas tendencias: deportes extremos en España

Actualmente una de las prioridades es impulsar el turismo como patrón del desarrollo económico sostenido. Es importante promover la actividad turística al máximo de su capacidad ya que este es un sector muy potente en lo referente a la economía y crecimiento.



Fuente: <https://cardonaaa.wordpress.com/2015/03/19/paracaidismo/>

## Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar



Fuente: <https://onlydeportesextremos.blogspot.com/2015/02/el-ciclismo-de-montana-considerado-un.html>



Fuente: <https://aweita.larepublica.pe/magazine/1182264-12-deportes-mas-extremos-del-mundo>

Los deportes de riesgo o extremos y los deportes de aventura son todas las actividades, que aunque ya existentes, debido a la situación de riesgo o su dificultad para realizarlas se consideran extremas. Estos deportes se caracterizan por tener un elevado nivel de peligro y suelen requerir una condición física bastante buena y responsabilidad. También se deben tener en cuenta otras variables que no se pueden controlar como las condiciones climáticas. Los deportes extremos más populares son el paracaidismo, BMX, surf, bungee, buceo rafting, escalada, downhill o zipeline entre otros.

La práctica de los deportes extremos o de riesgo nace de la necesidad por parte de los consumidores de añadirle adrenalina a sus viajes. Para algunos viajeros el hecho de coger un avión y visitar y explorar nuevos destinos ya resulta apasionante. Sin embargo, otras personas necesitan una dosis mayor de adrenalina. Estos deportes implican un grado mayor de exigencia que pone a prueba los límites del cuerpo y ayuda a superar miedos.

Alrededor del mundo podemos encontrar zonas increíbles para practicar estas actividades y no hace falta irse lejos para sentir la adrenalina, ya que en España hay destinos

## **Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar**

maravillosos para realizar su práctica. Por ejemplo en Madrid y alrededores se puede realizar “zorbing” (también denominado esferismo, es una práctica en la que personas ruedan colina abajo dentro de una esfera) que es una de las más innovadoras y proviene de Nueva Zelanda. Por otra parte, desde hace unos años se han incrementado en Madrid y Toledo las empresas dedicadas al “paracaidismo”, con precios mucho más competitivos, por lo que ya no hay excusas si se quiere saltar al vacío.

En el norte de España también encontramos diversas oportunidades para los amantes a los deportes de riesgo. Concretamente en Asturias, que es una de las CCAA que más oferta este tipo de actividades. Gracias a su localización es un destino donde se puede practicar desde barranquismo hasta piragüismo en el río Sella, así como rutas de senderismo o rutas con raquetas por sus montañas en la temporada de invierno.

### **2.4. Territorio como enclave turístico**

Los territorios avanzan acorde a distintos procesos, estos parten del crecimiento territorial en el marco de una planificación social y económica. También podrían estudiarse desde el turismo como una alternativa novedosa de crecimiento sostenido.

Asimismo, este crecimiento del turismo en el último periodo, ya sea a nivel mundial como en España, representan una transformación en el turismo como fenómeno social, convirtiéndose este en una transformación considerable sobre las tendencias de la oferta y demanda turísticas. A su vez se materializa como novedad de una realidad natural tanto a nivel territorial como económico. Los cambios a nivel mundial y la rapidez de estos cambios incrementan las probabilidades de los impactos sobre la configuración territorial. Por lo tanto es necesaria una observación constante tanto de la evolución como de los inconvenientes, perteneciendo el turismo a una de ellas.

Según Francisco M. López Palomeque, en el modelo postfordista del turismo, la dimensión del espacio geográfico con sus significaciones derivadas realiza una función fundamental en el consumo turístico y en los procesos de producción. Otros autores consideran que partiendo del modelo actual socioeconómico y global, los territorios adquieren una relevancia mayor al igual que la gestión de este, lo cual es importante para el desarrollo competitivo del destino turístico. El territorio es el cimiento alrededor del

## **Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar**

cual se forma y desarrolla la demanda, la elaboración de nuevos productos, renovación de procesos y la evaluación de destinos a la vez que se evalúan los agentes económicos y la producción turística. De igual manera, en el interior del sistema turístico el territorio se muestra como una pieza necesaria y todo el encarecimiento que se reconozca, ya sea medioambiental, paisajístico o cultural, le ceden un valor añadido de legitimidad frente a la estandarización de acciones realizadas en el modelo fordista turístico. Por lo tanto podemos afirmar que el territorio es un conductor de la identidad colectiva, donde los valores y normas que sus integrantes poseen forman un sistema de relaciones de poder que a su vez se establecen alrededor de procesos locales para producir enriquecimiento.

Si lo estudiamos desde un punto de vista socio-espacial, la capacidad territorial está compuesta por dos elementos: un espacio material fabricado y un espacio inmaterial que se centra en elementos que se utilizarán para la promoción de productos destinados al consumo.

Como síntesis el territorio es, desde una perspectiva histórica, un producto de solidificación de lo social y natural. Sobre este se construye de forma temporal, se incrementa o disminuye en función a la demanda de los consumidores que provocan acciones que esboza el territorio.

### **2.5. Desarrollo sostenible del territorio**

La orientación del paisaje y del desarrollo territorial son enfoques que tratan, en base a geografías particulares y de forma integrada, las exigencias socioeconómicas y ambientales de los consumidores en un territorio. En los últimos años, los gobiernos han incrementado la presencia de estos enfoques en las estrategias y políticas de medio ambiente y desarrollo; con la intención de erradicar la pobreza, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático.

Del mismo modo la OMT, percibe el turismo sostenible como “una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

## **Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar**

La sostenibilidad y el turismo son un binomio que se debe dejar de tratar como una tendencia, ya que no es posible la existencia de turismo sin sostenibilidad. Se sigue hablando de la calidad de un destino como valor diferencial para vender o promocionar un destino turístico. Es necesario dejar de tratar los valores de sostenibilidad como una moda asociada al turismo. Tanto las empresas como los consumidores debemos ser conscientes de que no debe ni puede mantenerse la actividad turística si esta no se asocia a la sostenibilidad de los promotores y al entorno donde esta actividad se realiza. Por lo tanto, para poder garantizar un ambiente de consumo adecuado es necesaria la sostenibilidad de un territorio natural y patrimonial. Asimismo, se debe evolucionar como industria en cuanto a la conciencia ambiental entre los que prestan los servicios turísticos y se debe comprender que no es una tendencia elaborada por alguna empresa de marketing.

Los consumidores actuales o la sociedad actual muestra valores unidos a la sostenibilidad del entorno (coches eléctricos, comida ecológica, implicación social,...etc) y lo quieren ser en todos sus ámbitos, incluso cuando viajan.

Esta evolución ha sido necesaria porque los propios consumidores exigen a la hora de viajar que las actividades realizadas, los medios de transporte y los propios destinos tengan ciertos valores éticos y sostenibles a los que se unen los prestadores turísticos. El grado de desarrollo de las sociedades se une de forma directa con el nivel de demanda de la sostenibilidad relacionada con el consumo turístico. Por ejemplo, países como Alemania, Francia u Holanda, generalmente son más susceptibles a estos asuntos y las integran de manera creciente en las decisiones sobre los destinos.

Es importante dejar atrás la idea de turismo sostenible unido al consumidor relacionado con movimientos ecologistas y poco poder adquisitivo. Se debe orientar este tipo de turismo a un amplio grupo de consumidores que tienen mayor poder adquisitivo, con sensibilidad ambiental y cuyos territorios estén asociados con aspectos responsables, y que en el caso de España no se les está dando importancia suficiente.

El desenfrenado desarrollo y degradación del turismo implica aspectos negativos a nivel social, cultural y medioambiental que necesitan del desarrollo sostenible y actores territoriales capaces de adaptarse a nuevas maneras de desarrollo.

## **Capítulo 2. Del turismo de masas al turismo activo. Cambios en la forma de viajar**

El desarrollo sostenible puede constituirse como atractivo turístico. Se pueden incorporar vías sostenibles de los diferentes municipios litorales, interpretando la playa como espacio natural, dejando de lado la idea de masificación y producto de sol y playa que se le suele otorgar a estos espacios. Muchos municipios españoles han comenzado una promoción y valoración de diferentes recursos naturales y culturales. Por lo tanto, la utilización de estos recursos conlleva la transformación del modelo turístico y la integración de partes de la identidad cultural del destino para modificar el producto. Asimismo podemos diferenciar dos líneas: los destinos que tienen como principal atractivo el desarrollo sostenible y conservación del patrimonio; y por otra parte los destinos que quieren impulsar los elementos medioambientales y culturales; obteniendo así el destino una imagen de diferenciación y competitividad. Se puede decir que la realización de prácticas turístico-deportivas de naturaleza han pasado de ser simples actividades de ocio a tener una considerable dimensión económica, turística, medioambiental y se puede decir que política. Esta tipología se ha transformado en un elemento estructurador nada despreciable en determinadas zonas rurales, de montaña y litorales; lo que explica un mejor y mayor trato desde el punto de vista de la investigación con visión territorial, también poco desarrollada en España.

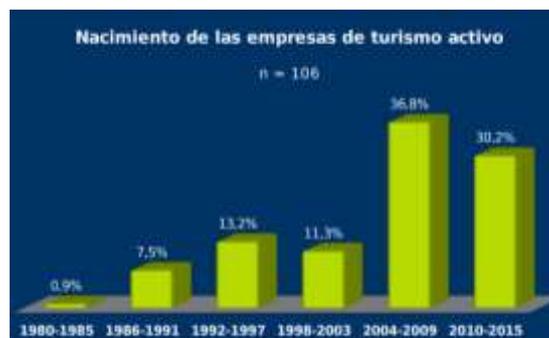
**CAPÍTULO 3**  
**EXPANSIÓN DEL TURISMO ACTIVO EN ESPAÑA.**

*Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo.*  
*(Albert Einstein)*

## Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

### 3.1. Oferta y demanda del turismo activo

El desarrollo de la manera de consumir ha marcado el comienzo de una nueva etapa calificada como “economía y sociedad de la experiencia”, lo cual produce modificaciones en la manera de gestionar las empresas, alterando el enfoque tradicional de marketing hacia uno colaborativo. Las necesidades y el perfil del turista también se han modificado. Se propone así un reto para los organizadores del viaje, donde tendrán que implantar productos que permitan desarrollar actividades y que se facilite la colaboración activa del turista en la experiencia. Por tanto, la clave reside en desarrollar todas las ventajas competitivas que posea una empresa o un destino, reuniendo los atractivos turísticos, ya se trate de patrimonio cultural, natural o monumental, para formar la oferta que permita satisfacer las preferencias de los consumidores. De forma paralela a la evolución económica y social, aparecen nuevas tipologías turísticas acorde a la actual demanda de experiencias. El turista viaja en busca de nuevas emociones y sensaciones, razón por la cual se diferencia la oferta turística y se adapta a los deseos de los consumidores. De este modo aparece el turismo activo, tipología que pertenece a un terreno mayor, el turismo de naturaleza, que a su vez se encuentra en auge por las actividades que este ofrece. A continuación analizaremos y estudiaremos la oferta y demanda del turismo activo en el territorio español. Aludiendo a las estadísticas pertenecientes a este sector se debe decir que pocas son las oficiales. Por esto es necesario utilizar indicadores unidos al sector turísticos (número de visitas a parques naturales o actividad turística en zonas donde se practica senderismo). En la mayoría de los casos, el turismo activo tiene actividades gestionadas y promocionadas por las empresas que las ofertan y con herramientas que permiten al turista contactar con las empresas y saber que actividades poseen.



Fuente: ANETA. Encuesta sobre el turismo activo en España 2014

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

Para analizar la oferta española he utilizado datos del INE y ANETA (Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo), donde se analizan las empresas dedicadas al turismo activo en España. Según datos de la Guía de empresas de turismo de aventura de FITUR 2011 existen unas 1.580 empresas dedicadas al turismo y distribuidas por España, sobretodo concentradas en Cataluña, Valencia, Castilla y León y Andalucía, por tratarse de comunidades autónomas más extensas. Y según datos posteriores obtenidos por ANETA en 2014, la cifra de empresas dedicadas al turismo activo asciende a 2.438. Sin embargo, si nos centramos en datos oficiales de turismo activo de las CCAA aparece un número bastante menor al que se encuentra en el mercado. Teniendo en cuenta estos datos, se debe decir que las estadísticas hay que analizarlas considerando que hay algunas CCAA (Madrid, País Vasco, Ceuta, Melilla o las Islas Canarias) que no disponen de una normativa particular para regular y no poseen un registro concreto de empresas de turismo activo; mientras otras CCAA sí disponen de una normativa concreta sobre turismo activo. Como consecuencia encontramos 4.245 empresas de turismo activo, que representan el 14% de las 30.000 que se dedican al ocio deportivo en España, es decir, un 57% de las empresas de turismo activo que operan no están inscritas de forma oficial.

Las actividades más ofertadas por las empresas son aquellas relacionadas con elementos terrestres, como senderismo, barranquismo y ciclomontañismo. En España (datos 2011) solo el 17% ofrecen actividades centradas en el medio acuático (rafting, piragüismo y vela) a pesar de ser una tendencia en crecimiento. En cuanto a la oferta de actividades aéreas, solo el 4% de las empresas españolas las ofertan, como puede ser parapente o paseo en globo. Es importante tener en cuenta que estas últimas actividades son complementarias de las actividades terrestres, es decir, pocas empresas se especializan en una sola la modalidad, por lo que suelen crear paquetes en función de las necesidades de los clientes. A través de actividades del turismo activo, se generan unos 263.000 millones de \$ a nivel global con un aumento del 195% durante 2010-2012, según datos de OMC en 2014. A pesar de que las empresas dedicadas al turismo activo también se encargan de otras actividades turísticas y formativas, más de la mitad (entorno al 74%) de sus ingresos proceden de actividades de aventura. Por otro lado, resulta un gran inconveniente la falta de estudios sobre la oferta de turismo activo en España, sobre todo cuando hay que extrapolar datos y referencias a otras zonas territoriales para su desarrollo y consolidación. El turismo activo debe considerarse como un elemento importante cuando

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

hacemos referencia a la oferta turística y no como una pieza aislada, y a su vez, se puede considerar un componente de atracción de la demanda.

Si nos centramos en la demanda del turismo activo en España; los consumidores del siglo XXI están mejor informados y son más exigentes, que buscan experiencias y autenticidad a la hora de viajar, y que tienen una conciencia ambiental. Todo esto ha obligado a la oferta turística a renovarse en lo que a servicios y productos se refiere y donde predominan relaciones directas con la naturaleza, la cultura o la historia. Asimismo los consumidores están dispuestos a pagar más por experiencias únicas y de mayor calidad, por lo que, a pesar de la complejidad que muestra este sector las empresas se han visto obligadas a reinventarse y mejorar sus productos, utilizando la sostenibilidad como carácter diferenciador para conservar su competitividad. Los demandantes de turismo activo viajan impulsados por la diversión y el descanso.

A continuación se muestra una tabla con el gasto medio de los turistas extranjeros en España que realizan actividades del turismo activo. En la tabla se puede observar como el gasto total por turistas internacionales se ha ido incrementando con el paso de los años, aunque tras la crisis existente a nivel mundial el gasto con seguridad descenderá de forma brusca. Sin embargo se puede observar como el gasto medio y diario por persona ha bajado aunque no ha sido un descenso muy brusco.

	2019	2018	2017	2016
<b>Práctica deportiva</b>				
<b>Gasto total</b>				
Dato base	1.433,85 <sup>1</sup>	1.399,96 <sup>1</sup>	1.254,95 <sup>1</sup>	1.303,43 <sup>1</sup>
<b>Gasto medio por persona</b>				
Dato base	948 <sup>1</sup>	967 <sup>1</sup>	986 <sup>1</sup>	977 <sup>1</sup>
<b>Gasto medio diario por persona</b>				
Dato base	155 <sup>1</sup>	160 <sup>1</sup>	161 <sup>1</sup>	153 <sup>1</sup>

Fuente: INE. Expansión del turismo activo. Gasto turístico en España.

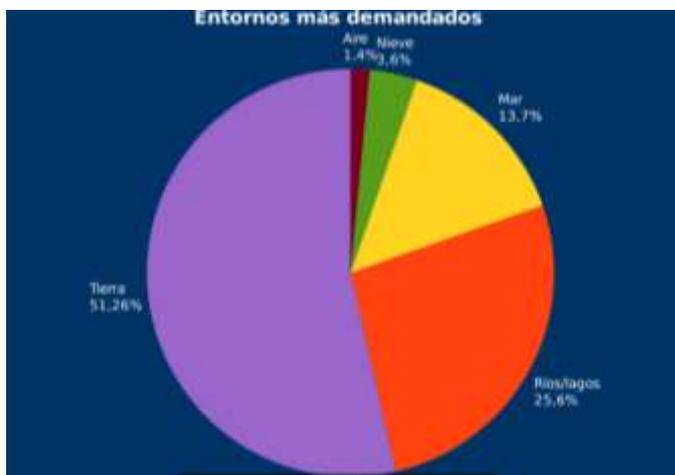
Del perfil del turista de naturaleza, en general se encuentran entre los 25 y 45 años, con una formación media o superior, nivel económico medio-alto, viaja en grupos pequeños y motivados por la naturaleza, la aventura y el deporte. Respecto al alojamiento, los turistas de naturaleza realizan estancias cortas (puentes, fines de semana, vacaciones) y poseen un alto grado de fidelización en cuanto al destino visitado. También aprecian la calidad del territorio. Los turistas nacionales se encargan de organizar su viaje y contratar

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

directamente los servicios, mientras que los turistas internacionales (Reino Unido, Francia u Holanda) contratan actividades con empresas especializadas en el turismo activo. A continuación se muestran dos tablas con datos de las actividades y entornos más demandados:



Fuente: ANETA. Encuesta sobre el turismo activo en España 2014



Fuente: ANETA. Encuesta sobre el turismo activo en España 2014

Como he descrito anteriormente tanto en actividades como en el entorno, lo más demandado son actividades que se realizan por tierra. El turista actual está ansioso por vivir experiencias y emociones, característica de la actual sociedad de experiencias en la que nos encontramos. Como respuesta a esta demanda, las actividades se muestran como aptas ya que implican la “realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos”.

### **Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España**

Según datos de la OMT, el turismo activo o de naturaleza se ha incrementado de manera admirable en los últimos años, suponiendo el 15% del turismo mundial. En España el número de turistas fluctúa entre los 28 y los 65 millones al año, lo que supone un 12-29% de las visitas totales. El incremento de la competitividad que existe en el sector turístico hace que la fidelidad, la satisfacción y la calidad sean un objetivo duradero, si un destino desea mantener el liderazgo. La fidelidad del turista suministran estabilidad al destino, porque no solo depende de las llegadas de nuevos turistas, sino que produce un efecto multiplicador (personas que repiten su estancia) que garantiza unos ingresos continuos. El nivel de satisfacción recibida por los turistas internacionales en su viaje a España es un elemento determinante cuando se trata de conseguir y conservar esa fidelidad, frente a la opción de inclinarse por otro destino.

#### **3.2. Incidencia en las diferentes CCAA**

En España se encuentra una rica biodiversidad y la mayor de Europa Occidental. Esta biodiversidad cuenta con un patrimonio cultural de un gran valor, tanto de forma interna como por su valor económico a la hora de desarrollar actividades. Esta abundancia natural sirve para desarrollar un modelo turístico sostenible y producir ingresos en la población local. El 85% del territorio español pertenece al medio rural, donde apenas habita el 18% de la población. En este territorio se incluyen paisajes transformados por la realización de actividades como el turismo activo y otras que han permanecido sin alterar. Gracias a las políticas de ‘desarrollo rural’ se han fomentado la creación de una oferta e infraestructuras para la realización de este tipo de actividades. Aunque la riqueza natural ha servido de ayuda para esta diversificación y el turismo activo use infraestructuras del turismo rural, no todo el turismo rural es turismo de naturaleza. Por esto se aprobó el “*Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (aprobado por el RD 416/2014)*”, cuya finalidad es la integración de los elementos de conservación de la biodiversidad en las políticas unidas al turismo de la naturaleza y que se centra en fortalecer las relaciones positivas entre estos. Algunas de sus actuaciones incluyen la promoción de destinos y productos de turismo activo sostenible, aumentar la consideración de la biodiversidad en actividades, así como los estudios relacionados con este modelo.

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

A continuación muestro una tabla con las actividades realizadas en las diferentes CCAA:

CCAA	ACTIVIDADES	LEGISLACIONES
GALICIA	<p>Zorbing o esferismo</p> <p>Kayak(A Coruña)</p> <p>Donuts, Banana, Paddle board, Esquí acuático, Wakeboard, Knee-board, Wake surf, Flyboard, Vela ligera, Kayak y Windsurf (Moaña, Raxó)</p> <p>Espeleología, senderismo y barranquismo (Lugo)</p> <p>Rafting, tiro con arco, tirolina Rápel (Rio de Ulla)</p>	<p>Decreto 42/2001, de 1 de febrero, por el que se refunde la normativa de agencias de viajes, guías de turismo especializado y turismo activo</p>
ASTURIAS	<p>Descenso en piragua del río sella</p> <p>Barranquismo, rutas en quad y buggy (Cangas de Onís y Arriendas)</p> <p>Excursiones de alta montaña con raquetas de nieve por las cumbres de los Picos de Europa.</p> <p>Flyboard(Gijón)</p>	<p>Decreto 111/2014, de 26 de noviembre, de turismo activo</p> <p>Resolución de 1 de diciembre de 2017, de la Consejería de Empleo, Industria y Turismo, por la que se acuerda incluir en el anexo de actividades de turismo activo del Decreto 111/2014, de 26 de noviembre, la actividad “Avistamiento de Flora y</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

		Fauna salvaje”
CANTABRIA	<p>Flyboard (Costa Cantábrica)</p> <p>Barrancos, canoas, espeleología (Coventosa)</p> <p>Vías ferrata (El Cáliz)</p> <p>Escalada rappel (Cueva mur) Stand up paddle, rafting, trekking- Ebro, en el río Deva o en el río Saja y</p> <p>Descenso río asón en canoa</p>	<p>Decreto 31/1997, de 23 de abril, de Cantabria sobre alojamientos y actividades turísticas en el medio rural.</p> <p>Derogado parcialmente</p>
PAÍS VASCO	<p>Flyboard- Deba, Mutriku o Getxo</p> <p>Espeleólogo por un día en la Cueva de Pozalagua.</p> <p>Kayak en el pantano de Urrunaga.</p> <p>Piragüismo y vinos en la Rioja Alavesa</p> <p>Senderismo de Igeldo a Orio</p>	<p>LEY 13/2016, de 28 de julio, de Turismo.Modifica:</p> <p>DECRETO LEGISLATIVO 1/2007, de 11 de septiembre, de aprobación del texto refundido de la Ley de Tasas y Precios Públicos de la Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco.</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

<p>NAVARRA</p>	<p>Senderismo- orillas de los ríos Arga, Elortz y Sadar</p> <p>Esquí- valle del roncal</p> <p>descenso de cañones o barranquismo, ascensiones y travesías- isaba ( entorno de Belagua e Irati)</p>	<p>Decreto Foral 288/2004, de 23 de agosto, por el que se aprueba el reglamento para el ejercicio de la actividad de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo y cultural</p>
<p>LA RIOJA</p>	<p>Zorbing o esferismo- Hornos de Moncalvillo</p> <p>Raquetas- Valdezcaray</p> <p>Recorrido a caballo, en bicicleta o caminando</p> <p>Montar en globo</p> <p>Embalse de González Lacasa- alquiler de embarcaciones, pedales, piraguas y tablas de windsurf</p>	<p>H reto 14/2011, de 4 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja</p>
<p>ARAGÓN</p>	<p>Descenso de barrancos</p> <p>Escalada</p> <p>Vías ferratas</p> <p>Puenting</p> <p>Senderismo y raquetas de nieve (Huesca)</p> <p>Trekking</p>	<p>Decreto 55/2008, de 1 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento de las empresas de turismo activo</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

	<p>Espeleología (Teruel)</p> <p>Piragüismo</p> <p>Windsurf (Zaragoza)</p>	
CATALUÑA	<p>Zorbing- Parc del Forum de Barcelona</p> <p>senderismo en Ruta del Románico del valle de Ribes,Descenso fluvial con kayak o canoa canadiense por el Ter, Rafting y piragüismo en el Parc Olímpic del Segre</p> <p>Rafting, hidrobob, hidrotrineo, y canoas inflables en los ríos de las Tierras de Lleida</p> <p>Vela en la bahía de Pals</p> <p>Windsurf y actividades náuticas en el Alt y el Baix Empordà</p> <p>Submarinismo y snorkel en las islas Medes</p> <p>Escalada en Montserrat y el Pedraforca</p> <p>Raquetas de nieve en el Alt Berguedà</p>	<p>Decreto 56/2003, de 4 de febrero, que regula las actividades físico-deportivas en el medio natural</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

<p>COMUNIDAD VALENCIANA</p>	<p>Flyboard- Alicante (Benidorm, Torrevieja)</p> <p>barranquismo- Valle de Guadalest.</p> <p>coasteering- costa alicante</p> <p>espeleokayak- Cuevas de Sant Josep en la Vall d'Uixó, Castellón.</p> <p>hidrospeed- l interior de Valencia y Castellón.</p> <p>surf- Playa de Alicante.</p>	<p>Decreto 22/2012, de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana</p>
<p>REGIÓN DE MURCIA</p>	<p>Pico de Revolcadores - ascensio de cumbres,</p> <p>Valle de Leiva - escalada</p> <p>espeleología- Cueva de La Higuera</p> <p>Sierra España- Cicloturismo y bicicleta de montaña</p> <p>submarinismo y la espeleología submarina</p> <p>río Segura,-Descensos en piragua (canoa-kayak) o rafting</p> <p>parapente, ala delta, tirolina, vuelo sin motor en</p>	<p>Decreto n.º 11/2018, de 14 de febrero, por el que se regulan las empresas de turismo activo de la Región de Murcia</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

	Sotana, Los Martínez del Puerto (Murcia), Alcantarilla o San Javier,	
ANDALUCÍA	<p>Buceo, el esnórquel y toda clase de deportes que impliquen sumergirse bajo el agua</p> <p>barranquismo- la Garganta Verde en el Parque Natural de Grazalema, en Cádiz, o el descenso de cañones en Río Verde, Granada, así como los descensos por el Río Guadalmina en Benahavís, Málaga.</p> <p>escalada- La Cala del Moral en Málaga, la Sierra de San Bartolomé, en Cádiz o diferentes puntos de Sierra Nevada</p>	<p>Málaga, Granada</p> <p>Decreto 20/2002, de 29 de enero, que regula la prestación de servicios en el medio rural y el turismo activo</p>
CASTILLA Y LEÓN	<p>Zorbing- Grajera, Segovia</p> <p>segovia- Parapente Globo aerostático Cometas de tracción Paramotor</p> <p>burgos- Senderismo (corta distancia). Trekking (larga duración y distancia). Montañismo. Escalada</p>	<p>Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León</p> <p>Orden CYT/1865/2007, de 15 de noviembre, por la que</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

	<p>Bicicleta todo terreno BTT, Mountain Bike  Cicloturismo Ciclorail  Paintball Tiro con arco  Orientación Espeleología  soria- Rafting, descenso en Bote Piragüismo: canoa, kayak, etc... Hidrospeed, Hidrotrineo, Bodyboard  Windsurf Hidropedales  Buceo Snorkel Vela (Todas sus modalidades) Esquí náutico, esquí acuático, Wakeboard Rutas en barco  león- Rutas 4x4 Quads Motonáutica,  salamanca- Rapel  Descenso de barrancos  Tirolina Puente Tibetano  Parque de Aventura (con cuerdas o cables) Team Building (multiactividad con un objeto educativo)  Puenting Salto con elasticos, Benjí, Bungee  Multiactividad</p>	<p>se desarrolla el Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León</p>
<p>COMUNIDAD DE MADRID</p>	<p>Salto en paracaídas o en avión  embalses de El Atazar,</p>	<p>Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

		<p>Pedrezuela, Valmayor y de Madrid</p> <p>Picadas- vela</p> <p>el manzanares- el</p> <p>Piragüismo y el Remo</p> <p>parapente-</p> <p>Zorbing (Tres Cantos)</p> <p>senderismo- s la Senda del Agua (en la Sierra del Rincón), la ruta "Caminando por los Recuerdos de Alameda" (Alameda del Valle), la Fuente del Venero (en Zarzalejo), los Parques de Polvoranca y Bosque Sur (en Leganés), los Paseos para el Recuerdo por Pinilla del Valle o un paseo por El Campillo (Cortados de Rivas).</p>	
CASTILLA MANCHA	LA	<p>Caída libre, salto desde avión- Toledo,</p> <p>buce, piragüismo, vela-, rutas a caballo (Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara)</p>	<p>Decreto 77/2005 de ordenación de las empresas de turismo activo</p>
ISLAS BALEARES		<p>Windsurf, Kitesurf,</p>	<p>Decreto 20/2015, de 17 de</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

	<p>Catamarán, Paddle surf, Kayak, Coasteering, Barranquismo, Escalada, Senderismo, Espeleología, Buceo,</p>	<p>abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears (artículos 117 a 124)</p>
<p>ISLAS CANARIAS</p>	<p>Ala delta (Lanzarote)  Paracaidismo (Gran Canaria)  barranquismo, rapel, puenting (El Hierro, Gran canaria, Tenerife)  buceo, paddle surf (Fuerteventura, Lanzarote)  cicloturismo( La Gomera)  kayak, flyboard, snorkel, surf (Gran Canaria, Lanzarote, La Palma)</p>	<p>Decreto 226/2017, de 13 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se establece el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades de turismo activo</p>

### Capítulo 3. Expansión del turismo activo en España

	espeleología, esquí náutico (Tenerife)  observación de estrellas, parapente, vela ligera, windsurf (Tenerife)	
--	--	--

**CAPÍTULO 4**  
**CRISIS SANITARIA Y RECUPERACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO A**  
**NIVEL MUNDIAL.**

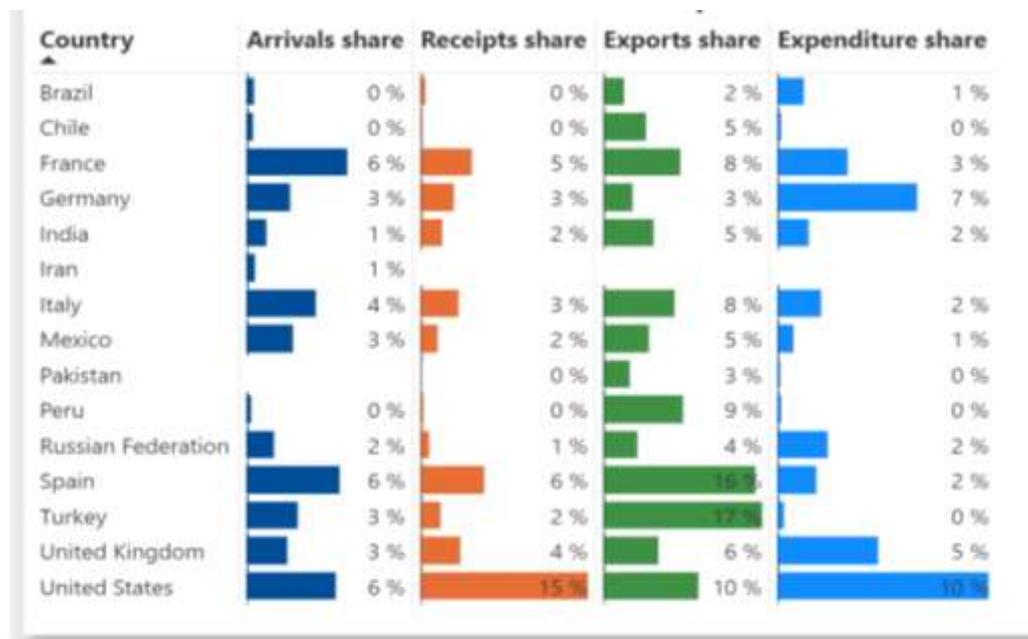
*El éxito es caer siete veces y levantarte ocho.*  
*(Proverbio japonés)*

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

### 4.1. Crisis del sector turístico a nivel mundial. Medidas de seguridad

La aparición mundial del COVID-19 consiguió que el mundo se paralizó, y el sector turístico ha sido el más perjudicado de los grandes sectores económicos. En una atmósfera de incertidumbre, tener acceso a información fiable y actualizada es más valioso que nunca, tanto para las empresas del sector como para turistas.

En el siguiente cuadro (datos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo) podemos observar los países donde más casos se han dado por COVID 19 y cómo esto ha afectado a sus ganancias:

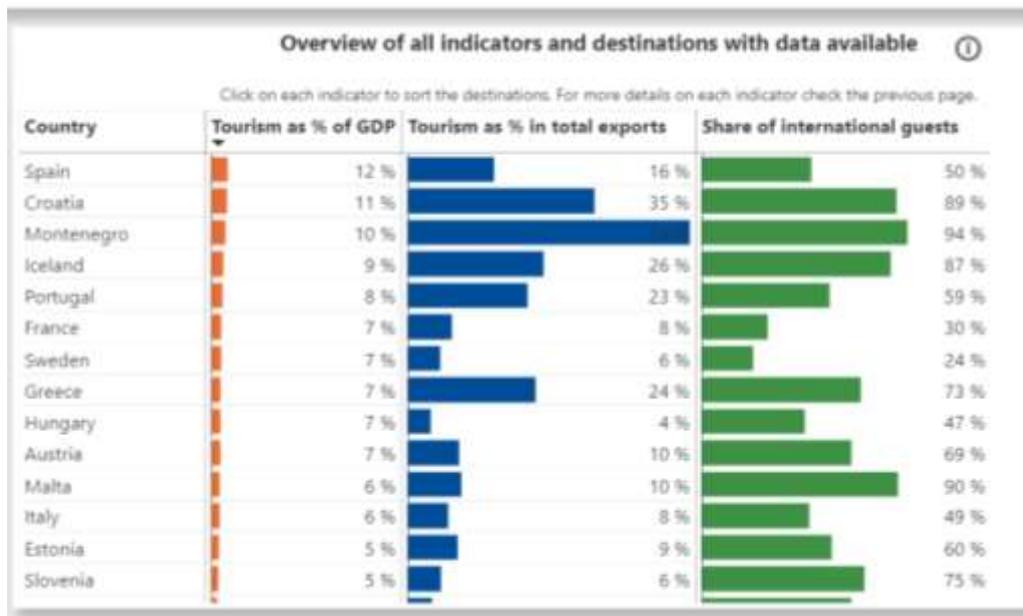


Source: Johns Hopkins University (latest update: 20/06/2020)

Top 15 countries with most reported cases. Countries are NOT sorted by number of reported cases.

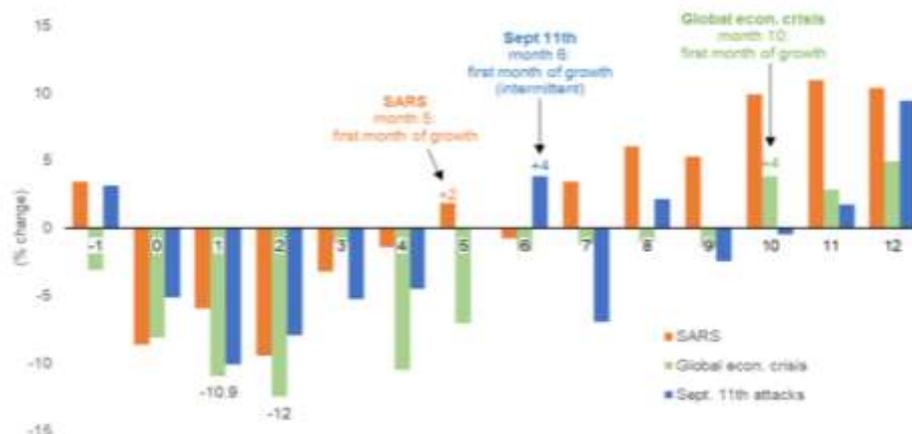
También se muestra otra tabla de cómo la crisis ha afectado a nivel europeo, siendo España la región más afectada, sobre todo si nos fijamos en el PIB:

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial



Fuente: OMT. Turismo internacional y COVID19

En el siguiente cuadro podemos observar el impacto de las 3 crisis anteriores a nivel mundial en lo que se refiere a llegadas de turistas y como el sector turístico ha mostrado una recuperación rápida:

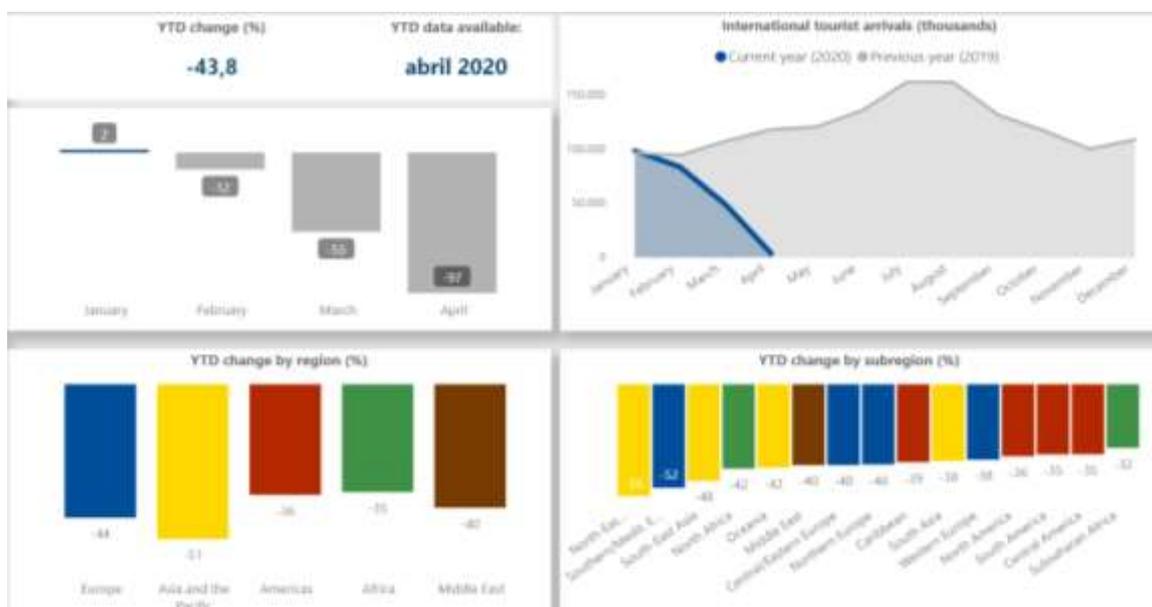


Note: Month 0 for Sept 11th crisis = Sept. 2001; for SARS = March 2003; for Global economic crisis = Jan 2009. Source: UNWTO

A nivel mundial este virus ha provocado el descenso de visitas de turistas internacionales (67 millones), la pérdida de 80 millones de \$ en exportaciones y restricciones de viajes al 100%, que poco a poco se han ido levantando; por la mejora de la situación, el avance del confinamiento y por las necesidades económicas. En el siguiente gráfico podemos

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

observar el descenso que ha sufrido el sector referente a la llegada de turistas desde enero hasta abril, siendo abril el mes más afectado y zonas como Europa y Asia las más perjudicadas:



Fuente: OMT. Turismo internacional 2020

Por regiones, Asia y el Pacífico, la primera región en sufrir el impacto de COVID-19, han sufrido una disminución del 35% en las llegadas de turistas durante el primer trimestre de 2020. La segunda zona más afectada ha sido Europa, con un descenso del 19%, seguido por las Américas (-15%), África (-12%) y Oriente Medio (-11%).

Visto los datos anteriores, se puede decir que el turismo se conforma como el principal sector muchas zonas, sin embargo, el presente contexto obliga a implantar protocolos para que la puesta en marcha de las instalaciones no aumente el riesgo de contagio, así como a implantar las medidas de seguridad necesarias para las personas que trabajan en el sector turístico. Por esta razón, la Secretaría del Estado de Turismo ha pactado con las CCAA organizar un protocolo sanitario por el COVID-19 para organizar la reapertura del turismo según avancen las medidas de confinamiento. Para la elaboración de protocolos se recogen los requisitos de cada subsector y se ha contado con el Instituto de Calidad Turística Española, que ha desarrollado herramientas para analizar e identificar riesgos en la actividad turística, así como mejoras en los servicios, personal e instalaciones. Debido a la necesidad de establecer protocolos, las empresas se han visto obligadas a

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

implantar acciones para aprovisionamiento de recursos (mascarillas, guantes, etc.). Las empresas de turismo activo y también ecoturismo, deben reflexionar sobre las restricciones que puedan surgir para el aprovisionamiento de recursos materiales y las restricciones de servicios que puedan derivar, valorando en su caso otras posibilidades diferentes a las propuestas que sean viables y aprobadas por la comisión legal de los trabajadores. Si en algún momento se manifiesta una carencia de recursos, el comité de seguridad y salud estará obligado a registrarlo y analizarlo para poder ayudar a la empresa y a sus trabajadores ante las autoridades cualificadas, pudiendo sugerir recursos y medidas distintas. Algunas de las medidas, directrices y recomendaciones que se deben tomar en el turismo activo para evitar contagios o reducir estos son las siguientes:

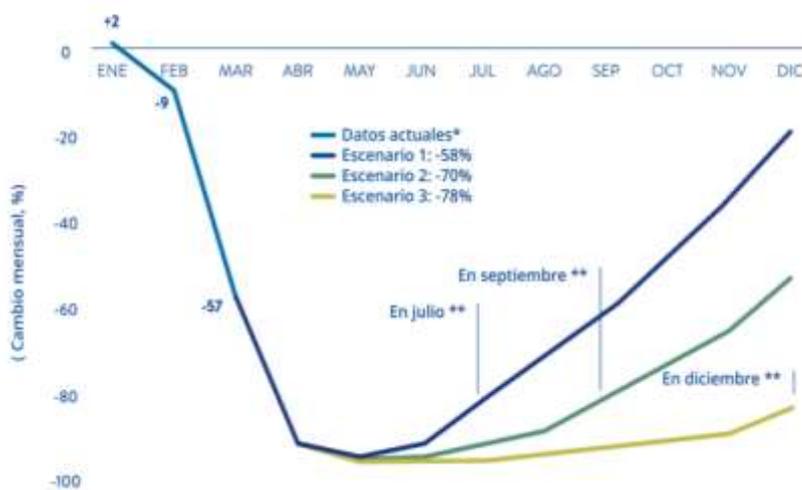
- Planificar las tareas y procesos de trabajo de tal forma que se garantice la distancia de seguridad establecida por las autoridades sanitarias.
- Se deberá realizar el correspondiente control de aforos siempre que sea necesario. Si no es posible, deben garantizarse las medidas y equipos de protección necesarios.
- Debe formarse a los trabajadores sobre el correcto uso y mantenimiento de mascarillas, guantes y EPI que utilicen.
- Difundir pautas de higiene con información completa, clara e inteligible sobre las normas de higiene a utilizar en el puesto de trabajo que puede estar ayudado con cartelera.
- Facilitar tiempo y medios para la correcta higiene de manos.
- Desinfectar frecuentemente, a lo largo de toda la jornada laboral, los objetos de uso personal y medios de transporte con solución desinfectante o con agua y jabón cuando sea factible, y con el cambio de turno los elementos del puesto de trabajo.
- Completar el botiquín con un termómetro. Asegurar la adecuada protección de los empleados, facilitando el lavado de manos con agua y jabón y, si esto no es posible, el uso de solución desinfectante.
- No compartir equipos de trabajo o dispositivos con otros empleados. En caso de que exista alternancia en el uso de determinados equipos, la empresa debe establecer pautas de limpieza.

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

### 4.2. Recuperación del sector turístico y como se ha visto afectado.

Según datos recientes de la OMT, el impacto previsto por el COVID 19 en el sector turístico pone aproximadamente 120 millones de empleos en riesgo, 1,2 billones de \$ en pérdidas por exportaciones y unos 850 millones de turistas internacionales menos, siendo estos datos más alarmantes que los mencionados anteriormente.

Escenarios de llegadas de turistas internacionales en función de las fechas de reapertura gradual de las fronteras.



A tener en cuenta sobre el anterior gráfico: Los tres escenarios del turismo internacional en 2020 presentados no son pronósticos y no deben interpretarse como tales. Reflejan tres posibles patrones de cambio mensual en llegadas de abril a diciembre de 2020, suponiendo que las restricciones de viaje y fronteras comiencen a levantarse en julio.

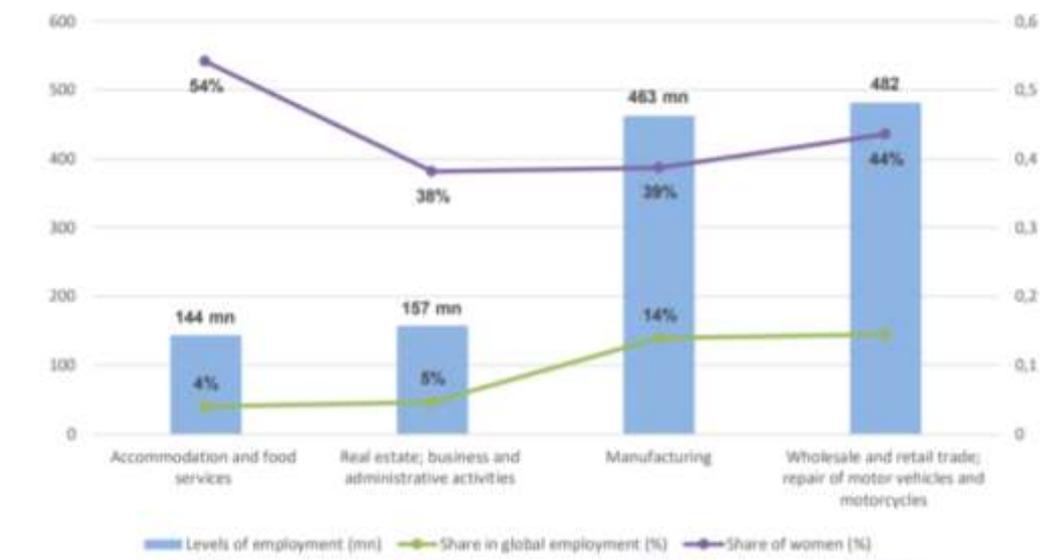
- (Escenario 1), a principios de septiembre
- (Escenario 2) o principios de diciembre
- (Escenario 3). Se basan en datos turísticos disponibles para enero-marzo y otra información como el cierre de todas las fronteras nacionales a fines de abril, aunque todavía en un contexto de alta incertidumbre.

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial



Fuente: OMT. Turismo internacional 2020.

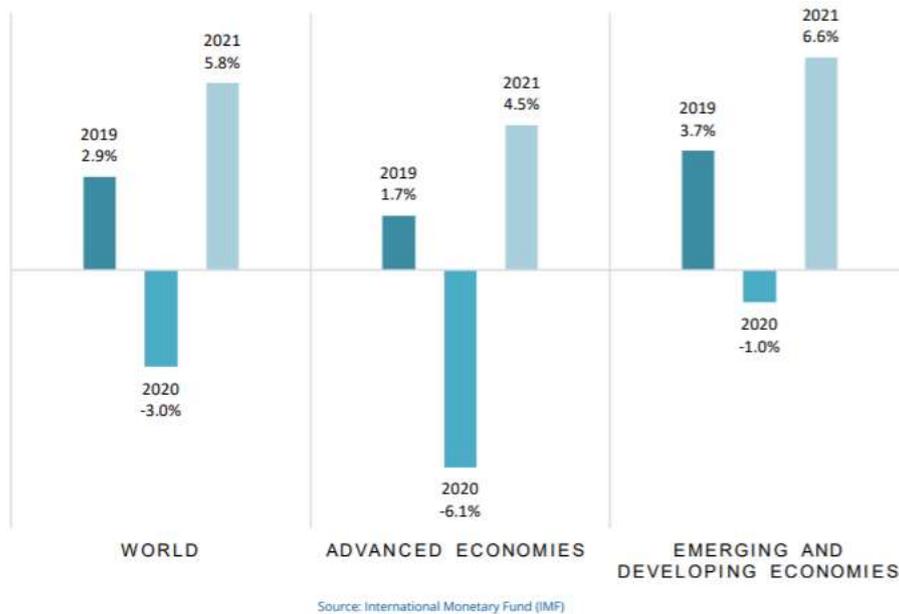
En los gráficos anteriores podemos observar las llegadas de turistas internacionales en 2020 y cómo estas pueden variar en función a la apertura de fronteras y restricciones de viaje. Se debe tener en cuenta que los escenarios presentados en este gráfico no son pronósticos. Representan alternativas mensuales y cambio en las llegadas de turistas, basado en la apertura gradual de nacional fronteras y en el levantamiento de restricciones en diferentes fechas, sujeto siempre a una alta incertidumbre.



Fuente: OMT. Turismo internacional 2020.

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

Del mismo modo se han visto muy afectados los empleos de alojamiento y alimentación, aun así se prevé una recuperación del 5,8% en 2021, a pesar de que la economía global se contraiga bruscamente un 3% en 2020.



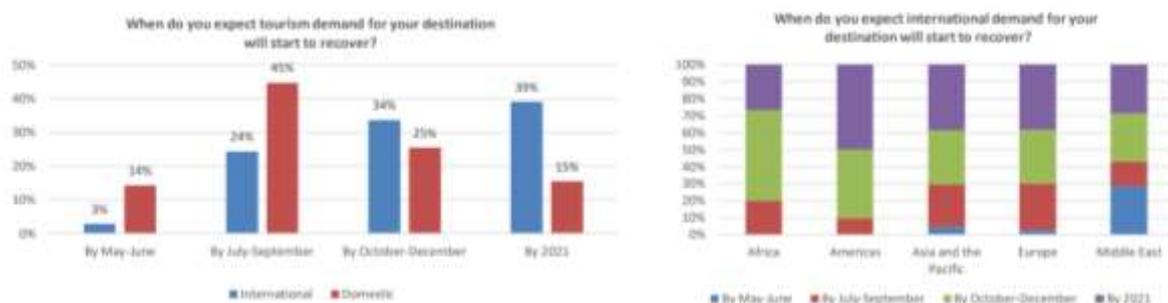
Fuente: OMT. Turismo internacional 2020.

En los siguientes gráficos se muestra un pronóstico que puede variar de como se espera que la demanda interna se recupere más rápido que la demanda internacional.

La demanda internacional se recuperaría en el cuarto trimestre y principalmente en 2021 según respuestas de una encuesta realizada por el Panel de Expertos de la OMT.

Con mayor intensidad, los clientes perfilan el desarrollo y el progreso de la relación comercial con las empresas. El desarrollo económico de España tendrá una evidente repercusión en la demanda de los españoles y en sus patrones de consumo y de ocio. La colaboración del mercado doméstico en la demanda turística representará una porción creciente.

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial



Fuentes: OMT. Turismo internacional 2020.

Según la empresa de marketing “Sojern” el sector turístico tardará en recuperarse al igual que el consumidor necesitará tiempo para recuperar la confianza en la industria. Como resultado de toda esta situación, se espera que la recuperación del sector se inicie a nivel doméstico, es decir, que los turistas viajen cerca de casa, este es el caso de casi todos los países europeos. Se espera que a partir de enero de 2021 se produzcan repuntes en Francia, Italia y Reino Unido. Si hablamos de España se muestra un descenso del 59% en búsquedas de vuelos. A pesar de estos datos, se espera que durante el periodo vacacional los turistas españoles opten por desplazarse en coche a lo largo del territorio nacional y así tener mayor flexibilidad.

Sin embargo, estas conductas por parte de la demanda afectan de manera significativa a las Islas Baleares y Canarias, ya que son zonas muy dependientes del turismo internacional. Una vez se recuperen los viajes regionales y nacionales, se espera que los viajes de larga distancia tarden más en producirse. Se muestran estos datos en las reservas realizadas en el último mes, donde se observan datos negativos en todas las regiones estudiadas: Francia (-54%), Alemania (-70%), Italia (-8%), España (-65%) y Reino Unido (-34%). Es decir, no se perciben muestras de recuperación en los viajes de larga distancia con destino a Europa en los próximos meses.

Para proceder a la recuperación del sector turístico, el comité de crisis de la OMT, ha concentrado a todo el sector con la intención de llegar a una respuesta conjunta y poder solucionar esta situación. Antes de todo esto, el comité se encargó de difundir un conjunto de sugerencias globales para apoyar la economía y los puestos de trabajo a través del turismo. El Comité Mundial de Crisis para el Turismo está compuesto por representantes de Estados Miembros de la OMT y Miembros Afiliados del sector privado, así como por

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Marítima Internacional (OMI) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). El sector privado está integrado por el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI), la Asociación Internacional de Líneas de Crucero (CLIA), la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).



El Comité se encargó de autorizar las “directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo”, un proyecto centrado en las “prioridades para la recuperación del turismo”.

Las directrices y prioridades propuestas por el comité de la OMT se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Proporcionar liquidez y proteger el empleo
- Restablecer la confianza ofreciendo seguridad.
- Aprovechar la colaboración público-privada para una reapertura eficiente.
- Abrir fronteras con responsabilidad.
- Armonizar y coordinar protocolos y procedimientos.
- Crear puestos de trabajo con valor añadido gracias a las nuevas tecnologías.
- Convertir la innovación y la sostenibilidad en la nueva normalidad

Así mismo también podemos nombrar las siguientes directrices globales:

- Gestión de fronteras segura y fluida

## **Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial**

- Medidas transversales en el sector privado
- Viajes aéreos seguros
- Hospitalidad
- Operadores turísticos y agencias de viaje
- Reuniones y eventos
- Lugares de interés turístico y parques temáticos
- Planificación y gestión de destinos

Visto esto se puede decir que la nueva normalidad se transforma en una oportunidad para ayudar a crear un turismo más sostenible y tecnológico. No sólo porque esta crisis está forzando al sector, sino porque la demanda de nuevos viajeros así lo exige.

### **4.3. Futuro del turismo activo. Nuevas promociones turísticas**

La industria turística despliega su actividad en un entorno económico globalizado, de gran inseguridad y cambiante, en el que se distinguen nuevas tendencias y desafíos. Ante esta situación, el Consejo Español de Turismo pactó realizar un proceso de comprobación estratégica del sector para hacer frente a los desafíos y preferencias inminentes y que se ha concretado en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020.

Haciendo referencia al turismo activo, el Gobierno español ha autorizado a todas las empresas que están registradas en esta modalidad, a la realización de actividades con grupos de un máximo de 10 personas, siempre concertadas de forma previa. No se podrán llevar a cabo las actividades en establecimientos o locales ya que permanecen cerrados al público, a excepción de la recepción y aseos, que deberán tener de jabón desinfectante para el lavado de manos y/o geles hidro-alcohólicos. Asimismo, se debe garantizar la distancia de 2 metros de seguridad y cuando no sea posible se deben utilizar equipos de protección. En cuanto a restricciones de actividades comerciales, el BOE publicó que los establecimientos no podrán realizar acciones que den lugar a aglomeraciones. A pesar de estas restricciones el presidente de ANETA se muestra optimista en lo referente al turismo nacional, y asegura que los espacios naturales se verán reforzados. Eso sí, se debe tener en cuenta que en comparación a veranos anteriores muchas empresas de turismo activo

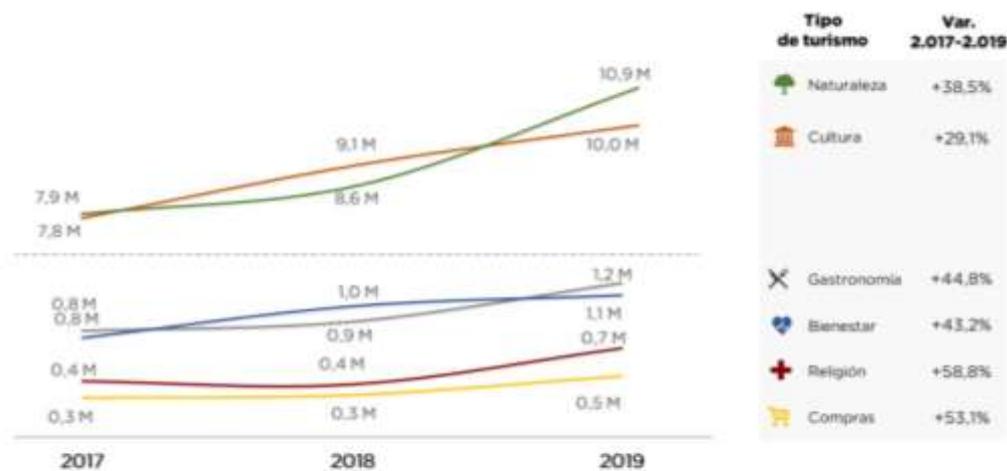
## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

pueden tener problemas de solvencia, ya que éstas sobreviven el invierno con los excedentes de primavera y verano, por lo que será a partir de la reactivación de reservas cuando se observe el alcance de esta situación. El territorio español deposita sus esperanzas en el turismo nacional aunque existe un claro cambio de tendencias en su comportamiento, es decir, nuevos destinos. Destinos como Asturias son muy dependientes del turismo nacional (85% de llegadas), están pendientes de este cambio de comportamiento ya que seguramente se produzca un desvío de turistas de modalidades tradicionales (sol y playa) a destinos de naturaleza.

Por lo tanto destinos nacionales, sobre todo aquellos a los que se pueda llegar con coche aumentarán la llegada de desplazamiento, según previsiones de la consultora Braintrust. Señala cómo serán las últimas tendencias a la hora de viajar y los importantes cambios en el perfil del turista. El informe indica como otras modalidades diferentes a las de sol y playa ganarán protagonismo, como es el caso del turismo activo, por estar en espacios abiertos. Este cambio se puede observar si analizamos las últimas reservas, ya los alquileres de casas rurales han incrementado considerablemente.

Este informe lo respalda la OMT y lo avalan las tendencias, ya que apenas se han habilitado los desplazamientos, se han elegido destinos cercanos y el primer segmento en ponerse en funcionamiento fue el turismo de naturaleza. El principal motivo del crecimiento de esta modalidad es sin duda la búsqueda por parte del turista de evitar grandes aglomeraciones. Otros motivos por los que se caracteriza esta modalidad es la personalización del producto, su sostenibilidad socio-ambiental y la rentabilidad unida a la calidad.

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial



Número de desplazamientos de viajeros españoles por territorio nacional. Elaboración: Hosteltur a partir de datos INE 2019 en número de viajes.

Fuente: Hosteltur 2019.

Si hacemos un análisis más detallado, los mayores de 56 años, eligen principalmente los hoteles (25,4%), pensiones y hostales (20,4%) para sus vacaciones. En el otro extremo tenemos a los más jóvenes, los menores de 25 años, se inclinan por los albergues y hostales (41,2%) y tras estos las viviendas de alquiler (14,4%). En cambio, vemos un comportamiento semejante entre la generación X (entre 40 y 55 años) y Millennials (entre 26 y 39 años) no obstante muestran algunas diferencias: los de la generación X eligen como primera opción los alojamientos rurales (47,5%) y campings (45,6%), mientras que los Millennials demandan también los campings (37,6%) y los apartamentos turísticos (32,0%). Para todos aquellos turistas que deciden desplazarse a destinos de naturaleza los alojamientos más reservados son: el rural (62,9%), los campings (45,6%), los albergues y hostales (36,6%).

Si hacemos referencia a las nuevas promociones turísticas; según Francesc Colomer (secretario autonómico de la Agencia Valenciana de Turismo), *“para poder planificar la estrategia, debemos conocer los efectos, y por ello trabajamos en la puesta en marcha de un protocolo de actuación con los destinos de la red DTI de la Comunidad para analizar los efectos de la crisis, medir impactos y planificar acciones futuras de reparación y reposicionamiento para no perder nuestro liderazgo en este ámbito”*.

## Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial

El departamento remata el desarrollo de programas de competitividad turística para contribuir a adaptar los servicios del sector a las nuevas necesidades de los turistas tras el Covid-19. Asimismo, se estudia la carga de contenidos de Producto Turístico originales, que podrán verse una vez la situación se normalice dentro y fuera de España.

Desde Turisme se están impulsando acciones como el refuerzo de cursos online desde centros de turismo, para reforzar los cursos existentes y también se está llevando a cabo una oferta relacionada con la gestión de costes (impulsar nuevamente un negocio tras una etapa de crisis).

En Galicia se han iniciado planes de tele-formación durante el confinamiento para renovar las competencias profesionales a través del Centro Superior de Hostelería. Desde la Xunta de Galicia se ha informado que el consejo de cultura y turismo invertirá más de 25 millones de euros para la recuperación del sector turístico, con lo que se propone trazar acciones de promoción, proporcionar ayudas y desarrollar nuevos productos turísticos.

En Cataluña saben que el primer tipo de turista en movilizarse será el local o aquel que tenga facilidad para desplazarse. Una de sus principales acciones estará orientada a realizar turismo en Cataluña con el eslogan “Cataluña es tu casa” según informes de la Agencia Catalana de Turismo. Desde esta comunidad están aplicando tecnología de inteligencia artificial que permita ejecutar campañas micro segmentadas para así estimular de nuevo los mercados, sobre todo el turismo de proximidad y doméstico. En Andalucía se están centrando en un plan de acción turística basado en relanzar y fortalecer la promoción del destino, así como su posicionamiento en el mercado internacional y nacional. Desde la Diputación de Granada (área de Deportes) se ha estructurado varias actividades en la naturaleza. La iniciativa consiste en la reactivación de las empresas de turismo activo. El programa, al que se han asignado 30.000 euros, ayudará a desarrollar la actividad deportiva de forma segura. La oferta cuenta con 31 actividades distintas, organizadas por 44 empresas especializadas.

En la Comunidad de Madrid se centran en relanzar el turismo de proximidad y se centrarán sus acciones en la imagen de la región como un destino seguro y atractivo. Las acciones que se han propuesto están relacionadas con el ecoturismo, ya que aproximadamente el 15% de la comunidad cuenta con espacios naturales. Marta Rivera de la Cruz, consejera de Cultura y Turismo, ha destacado que “*el turismo de naturaleza*

#### **Capítulo 4. Crisis sanitaria y recuperación del sector turístico a nivel mundial**

*y los parajes naturales de la Comunidad de Madrid son destinos preferentes dentro de la campaña promocional para reactivar el turismo de proximidad”.*

En Andorra, tras años fortaleciéndose como un destino importante para los amantes de la naturaleza, ha decidido implantar acciones combinando el turismo activo con otras modalidades como la cultura, gastronomía o wellness y convertir este destino en un lugar perfecto para desconectar.

Analizado esto, se puede decir que el turismo desempeña nuevamente un papel muy importante en la recuperación económica, principalmente por su efecto multiplicador, que es capaz de afectar a todos los sectores; creando empleo e impulsando otros sectores para su recuperación. Por esto Enrique Martínez ha planteado *“profundizar en la alianza entre sector turístico y tecnológico para ser líderes en políticas públicas y en innovación, además de en competitividad turística”.*

Por lo tanto, en cuanto al turismo activo o de naturaleza se debe tener una visión optimista en lo que respecta a la demanda, que será mucho mayor que años anteriores. También se debe tener en cuenta la “democratización” del turismo activo y como este requiere una mayor consideración por el medio. Sin duda las actividades del turismo activo obtendrán mayor importancia al aproximar al turista la riqueza de la biodiversidad y la relación con la naturaleza, pero a su vez estas acciones desarrollaran nuevas responsabilidades.

## CONCLUSIONES

*En la vida, cada final es sólo el principio de otra historia.*

*(Julián Barnes)*

## **Conclusiones.**

Tras la realización de este estudio sobre la evolución y la expansión que ha sufrido el turismo, más concretamente el turismo deportivo turismo activo, se puede deducir que es una modalidad creciente en España y como cada vez más turistas se animan a practicarlo. En primer capítulo hemos relatado el origen y la evolución del turismo, y como de difusa puede resultar su historia. También se ha hecho referencia a los impactos y cambios que ha provocado en la sociedad y en consecuencia en la economía. En el siguiente punto, se hace referencia a esta modalidad creciente que es el turismo deportivo, sus variantes y la necesidad de la existencia de un turismo sostenible. En el capítulo tres, se explica la expansión que este ha sufrido; su oferta y demanda, principalmente en España. Por último se muestran datos de como la crisis sanitaria ha afectado al sector turístico y las previsiones del turismo activo en España y otros países.

Se puede decir que con la situación actual, en el caso de España, se espera que el turista de naturaleza sea principalmente nacional y que la parte del sector turístico dedicado a esta modalidad se recuperará con mayor velocidad que otros por sus características relacionadas con la naturaleza, las sostenibilidad, estar al aire libre y alejados de las masas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros

Pan-Montojo, J. (2019). El turismo en España (ed., 2, pp.). Madrid, Impreso: Asociación de Historia Contemporánea, Marcial Pons.

Rodríguez-López, C. (2014). Introducción a la historia del turismo (ed., Vol., pp. 17-179). Madrid, digital: Alianza.

Ziperovich, Andrés. Turismo y recreación. Sevilla: Trillas [etc.], 2006. Print.

Esteban Curiel, Javier de, Victoria Eugenia Sánchez García, and Arta Antonovica. Turismo y deporte. Madrid: Dykinson, 2016. Print.

### Recursos electrónicos

(2020, 01). El impacto turístico en la dimensión económica, ambiental y social. Ceupe. Obtenido 03, 2020, de <https://www.ceupe.com/blog/impacto-turistico-dimension-economica-ambiental-social.html>

Picornell Bauza, C. (2019, 01). Los impactos del turismo. Papers de turisme, 11, 65-92. (2017, 08). Qué es el turismo activo y los mejores sitios para practicarlo en España. Travel Lost. Obtenido 02, 2020, de <https://www.ferrerhotels.com/travellost/que-es-turismo-activo/>

Nogueras Carrasco, M. (2006, 11). EL DEPORTE Y EL TURISMO. UNA RELACIÓN DE AHORA Y PARA EL FUTURO. Obtenido 01, 2020, de <http://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/20100611135518migu-el-angel-nogueras.pdf>

Rodríguez, C. (2017, 07). Los 10 mejores lugares del mundo para practicar deportes de riesgo. Skyscanner. Obtenido 01, 2020, de <https://www.skyscanner.es/noticias/los-10-mejores-lugares-del-mundo-para-practicar-deportes-de-riesgo>

(2018, 01). Turismo de aventura en España. Omio. Obtenido 01, 2020, de <https://www.omio.es/blog/turismo-de-aventura-en-espana/>

Galoso Ladron de Guevara, A. (2019, 07). La sostenibilidad ya no es una tendencia en turismo. Hosteltur. Obtenido 01, 2020, de [https://www.hosteltur.com/comunidad/003568\\_la-sostenibilidad-ya-no-es-una-tendencia-en-turismo.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/003568_la-sostenibilidad-ya-no-es-una-tendencia-en-turismo.html)

Arujo Vila, N. (2012, 12). El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España. Contabilidad y negocios, 7, 59-70.

Díaz, A. (2020, 06). Empresas de turismo activo con Q de Calidad Turística. Statista. Obtenido 05, 2020, de <https://es.statista.com/estadisticas/555850/turismo-activo-certificado-con-la-q-de-calidad-turistica-por-comunidad-autonoma-en-espana/>

(2018, 05). Turismo activo: tendencia ganadora para 2018. Hosteltur. Obtenido 05, 2020, de [https://www.hosteltur.com/128016\\_turismo-activo-tendencia-ganadora-2018.html](https://www.hosteltur.com/128016_turismo-activo-tendencia-ganadora-2018.html)

(2017, 07). EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA. Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Obtenido 02, 2020, de [https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/seriemedioambienten9\\_turismodenaturalezaenespana\\_tcm7-464178\\_tcm30-481336.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/seriemedioambienten9_turismodenaturalezaenespana_tcm7-464178_tcm30-481336.pdf)

(2019, 01). Legislación de turismo activo. ANETA. Obtenido 05, 2020, de <https://www.aneta.es/legislacion-de-turismo-activo/>

•  
(2020, 03). Coronavirus: La economía mundial en riesgo. OECD. Obtenido 05, 2020, de <https://www.oecd.org/perspectivas-economicas/marzo-2020/>

(2020, 01). Turismo 2020. Obtenido 06, 2020, de <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>

(2020, 05). AECIT analiza las vías de recuperación para el sector turístico español. Hosteltur. Obtenido 06, 2020, de [https://www.hosteltur.com/136908\\_aecit-analiza-las-vias-de-recuperacion-para-el-sector-turistico-espanol.html](https://www.hosteltur.com/136908_aecit-analiza-las-vias-de-recuperacion-para-el-sector-turistico-espanol.html)

(2020, 06). El turismo cultural y de naturaleza ganan terreno al sol y playa. Hosteltur. Obtenido 06, 2020, de [https://www.hosteltur.com/137151\\_el-turismo-cultural-y-de-naturaleza-ganan-terreno-al-sol-y-playa.html](https://www.hosteltur.com/137151_el-turismo-cultural-y-de-naturaleza-ganan-terreno-al-sol-y-playa.html)