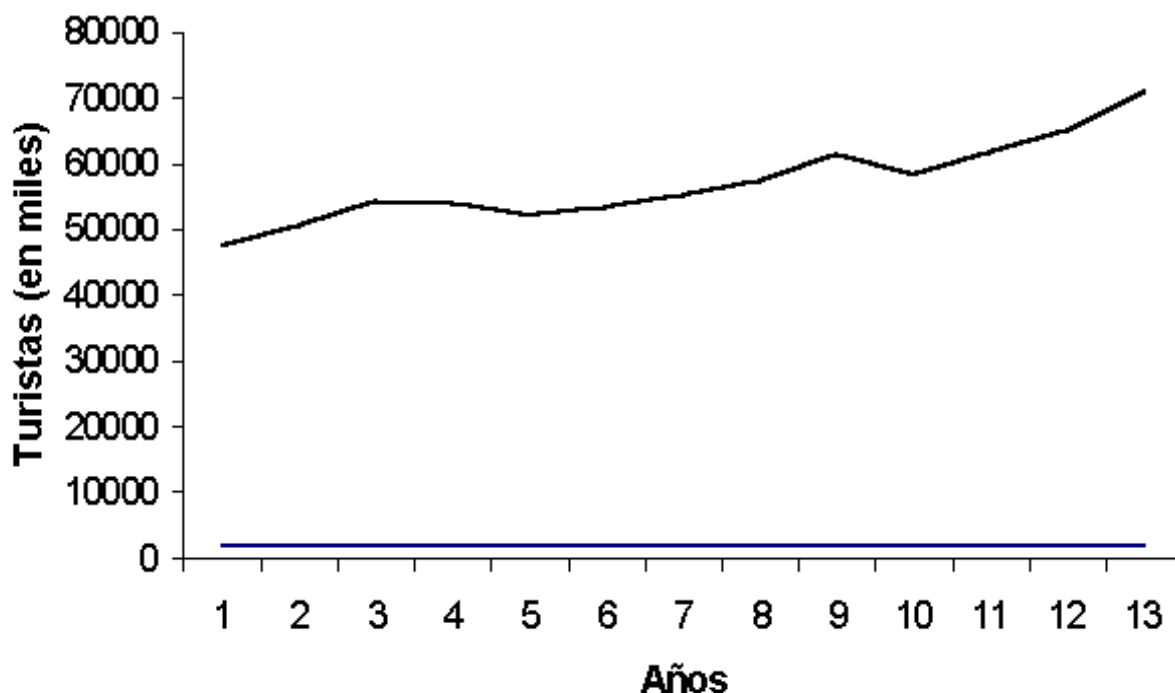


. 1º TURISMO

PRÁCTICA I. INTRODUCCIÓN AL TURISMO.

- Dibuja una gráfica con las entradas de turistas en España (1986–1998).



¿Cuál es la tendencia y a qué pueden deberse las fluctuaciones que se observan?

Se observa tendencia al alza aunque podemos ver una serie de descensos en el número de turistas en el 89 y 90 debido a que la Guerra del Golfo, en la que España aporta apoyo logístico al despliegue de fuerzas, provoca una sensación de inseguridad por la crisis internacional, y en el 95 debido al cambio del criterio estadístico al medir el número de turistas.

2. Calcula el porcentaje de visitantes en cada uno de los meses y señala los inconvenientes de la estacionalidad.

Mes	1997	1998
Enero	4.9 %	4.91 %
Febrero	5.14 %	5.2 %
Marzo	6.94 %	6.11%
Abril	7.51 %	7.77%
Mayo	8.75 %	8.65 %
Junio	8.69 %	8.74 %
Julio	12.8 %	12.60%
Agosto	15.12 %	15.58%

Septiembre	9.75 %	9.65 %
Octubre	8.3 %	8.57 %
Noviembre	5.84 %	5.85 %
Diciembre	6.17 %	6.28 %

El turismo en España está fuertemente estacionalizado. La estacionalidad consiste en que el turismo de una zona se concentra principalmente en unos determinados meses del año.

Desde el punto de vista del trabajador esto significa que no se conseguirán muchos empleos estables. Serán puestos de empleo precarios e inseguros y posiblemente no muy bien remunerados.

Desde el punto de vista de los empresarios, estos ven como sus inversiones no están siendo del todo aprovechadas sobre todo en el ámbito de infraestructura porque en los meses que no forman la llamada temporada alta las instalaciones no se usan tan poco como para producir pérdidas o no se usan nada.

También ven como por la demanda de servicios tienen que contratar a personal poco cualificado o sin experiencia y esto conlleva un servicio de menor calidad y mala imagen para el negocio.

En cuanto al medio ambiente, hemos de señalar que además de la contaminación producida por las aglomeraciones en playas, campos, etc., los ayuntamientos tienen problemas para abastecer de agua potable a una población que incrementa su número en gran número, tratar las aguas residuales que esta produce, etc.

En general y a la larga la estacionalidad supone el deterioro de la imagen del país que la sufre.

3. ¿Cuál es el perfil del turista que viene a España teniendo en cuenta la vía de entrada, el motivo de la visita y el país de residencia?

Son turistas en su mayoría alemanes e ingleses. Estos turistas vienen a España por razones de vacaciones u ocio y su medio de transporte favorito para entrar al país es el avión.

- Desde una perspectiva internacional, ¿cuáles son los principales destinos turísticos en el mundo?

El principal destino es la Europa mediterránea, es decir, Francia, España, Italia. También son destinos importantes Estados Unidos y el Reino Unido.

- ¿Cuáles son los principales países emisores de turistas? ¿Puedes apuntar alguna explicación?

Estos países son Estados Unidos, Alemania, Japón, Reino Unido, Francia, etc.

Puede deberse a que son países con un buen grado de desarrollo económico y por ello sus habitantes tienen una renta disponible que les permite viajar. La estructura demográfica de estos países cuenta con un gran número de población anciana y adulta. Sobre todo la primera de éstas tiene un tiempo de ocio considerable lo que es otro factor que hace posible el turismo.

En estos países el analfabetismo es muy bajo y el nivel educativo suele ser bastante bueno. Además de todo esto el desarrollo tecnológico y las costumbres y creencias de estos países en su mayoría occidentales, es otra razón para que sean importantes regiones emisoras.

PRÁCTICA II. INTRODUCCIÓN AL TURISMO.

- ¿Qué opina la OMT respecto al impacto de los atentados del once de septiembre en el turismo?

La OMT se aventura a hacer predicciones sin esperar apenas un tiempo de reacción al asunto.

En primer lugar el informe hace una evaluación de la situación del turismo en el año 2000 y primeros ocho meses de 2001 en los que se pueden observar resultados positivos aunque no tan buenos como los del año anterior.

Después analiza las consecuencias inmediatas del atentado, lo que se resume en pérdidas directas, solo en la semana de la catástrofe, de unos diez mil millones de dólares.

Tras comparar la situación con otras similares ocurridas con anterioridad, como la Guerra del Golfo, y explicar una posible redistribución del turismo internacional, la OMT confía en la resistencia a la crisis de la demanda turística y su gran capacidad para superar situaciones adversas, y además asegura que el ritmo de crecimiento del turismo internacional se mantendrá hasta alcanzar un 4.1 % medio anual hasta el año 2020.

A mi parecer la OMT realiza unas previsiones bastante optimistas.

- ¿Te parece que el efecto de la crisis va a ser igual en todos los destinos turísticos?

En general no creo que los atentados vayan a afectar por igual a todas las zonas turísticas.

Por ejemplo creo que la gente empezará a elegir para sus vacaciones destinos en el interior de su país evitando utilizar el avión, es decir, se preferirán los trayectos a corta distancia.

Por supuesto creo que los países desarrollados serán preferidos a los subdesarrollados, sobre todo los de Oriente Próximo y Medio que no ofrecen seguridad al viajero por la situación de guerra en la que se ven sumidos.

Por otro lado los efectos de los atentados en Estados Unidos ya pueden observarse: pérdidas en las inversiones en viajes, miedo a utilizar el avión entre su población, y por ejemplo, en España el precio de un viaje en avión a la ciudad de la catástrofe, Nueva York, se ha visto muy reducido.

PRÁCTICA III. INTRODUCCIÓN AL TURISMO.

Realice un comentario–resumen del texto que atienda, al menos, a las siguientes cuestiones:

- Las motivaciones del viajero ilustrado frente a las del viajero romántico.
- España y el Grand Tour
- ¿Qué concepción de los viajes se deduce del título del libro de Richard Ford: Manual para viajeros por España y lectores en casa?
- La imagen de España entre los viajeros románticos. Progreso vs. Romanticismo.
- Cronología de los viajes recogidos en los principales relatos (Merimée, Ford, Víctor Hugo, Dumas, Davillier, Borrow, Humboldt, etc.). Zonas recorridas.
- La reacción costumbrista.

PRÁCTICA III. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

El texto ante el que nos encontramos procura profundizar en la situación de España en el marco de viajes en el siglo XIX, aunque también toca algo del XVIII, sobre todo para comparar las posturas de los viajeros de ambas épocas: ilustrados en el XVIII y románticos en el XIX.

En primer lugar las motivaciones a la hora de viajar de uno y otro son diferentes.

Para el viajero ilustrado significaba un ejercicio para el intelecto y una experiencia que debía aportar algo positivo para la sociedad por los conocimientos acumulados. Para el viajero romántico el viaje se entiende más como una experiencia para el alma que debía satisfacer a la persona.

El paisaje es otro de los motivos que impulsa a unos y a otros a viajar. Mientras que para el ilustrado el paisaje es objeto de estudio y mediciones el romántico lo ve como algo que emana belleza y es capaz de conmover su alma y comienza el gusto por lo exótico.

Precisamente el gusto por el exotismo fue lo que condujo al viajero romántico a venir a España en el siglo XIX, mientras que en el siglo XVIII podía observarse que el número de viajeros era muy reducido.

Por ejemplo no era frecuente encontrar a España entre los países que los jóvenes de la burguesía y la nobleza elegían para realizar su Grand Tour.

Los países favoritos eran Inglaterra, Francia, Italia y Suiza entre otros. Se decía que se trazó una línea en Europa que adoptaron maquinalmente todos los viajeros según las diferentes razones que los impulsaban fuera de su casa y por ello acabó formándose un itinerario rutinario del cual España estaba excluida.

Muchas causas explican porque los viajeros ilustrados se alejaban de nuestro país, como las guerras intermitentes de nuestra península, la situación de los caminos, los medios de transporte y los alojamientos que no eran satisfactorios. Pero el escaso interés que despertaba España en el siglo XVIII era debido sobre todo a un motivo ideológico.

Primero había un gran desconocimiento del país y una confusión sobre la imagen de España, era vista como diferente del resto de países europeos, quedaba excluida por su genuinidad, incluso Richard Ford la califica como el país de lo imprevisto.

Este mismo autor fue el que escribió Manual para viajeros por España y lectores en casa. De este libro, por su propio título podemos deducir que el viaje no tiene solo una función de enriquecimiento para aquel que lo vive sino que también servía para que aquellas personas que no podían recorrer países, etc. suplieran su propio viaje interior con la lectura de relatos de estos.

Algún autor afirmó que el éxito de estos libros se debió en gran medida a la superficialidad de una sociedad que no aceptaba libros más serios.

Volviendo sobre el tema de los viajeros en España hay que destacar que aunque el siglo XVIII no hubo una gran afluencia de viajeros a nuestra península si la hubo en el XIX.

Esto se debe a la nueva sensibilidad romántica.

La atracción tantas veces mencionada del romántico por el exotismo, su propensión a la búsqueda de los orígenes, de lo cual derivaba su interés por las tradiciones, la lengua o las culturas locales, acabaron subyugando al viajero del siglo XIX.

El interés generalizado de los viajeros extranjeros por España se despierta gracias a la guerra mantenida con los franceses desde 1808 a 1813, en la que también participan los ingleses, ya que el viajero del XIX busca aventurarse por regiones menos conocidas.

Quieren viajar para conocer, para experimentar sensaciones y sentimientos.

Por ejemplo el espíritu romántico buscaba en la naturaleza la expresión de su propio estado de ánimo porque la naturaleza podía serlo todo y creció el interés por lo misterioso, fantástico, y desmesurado.

Entre los paisajes más buscados por estos viajeros se encuentra el de la montaña, que aparece lleno de sentimientos ante los ojos del viajero, las tragedias humanas se identificaban con las retorcidas formas de la tierra.

Aquí es donde una vez más España entra en contacto con los románticos a través de los Pirineos y Sierra Nevada, cuyas cimas serán de las más visitadas por su carácter monstruoso, pedregoso y desierto, que inspiraban al alma de los románticos.

También existía el gusto por las playas desiertas y por otros ambientes exóticos, y de entre todos los posibles en España, Andalucía y sobre todo Granada son los favoritos para los románticos del XIX. A pesar del gusto por lo alpino, se prefiere éstas porque en ellas podían encontrar el exotismo árabe que se anhelaba encontrar.

Representación de este exotismo árabe es sin duda la Alhambra de Granada, obligado punto de paso del viajero romántico. Era un escenario donde podían imaginarse cuentos fantásticos y encontrarse antiguas leyendas.

Un ejemplo de ello es el autor Washington Irving que vivió en el palacio y escribió Cuentos de la Alhambra donde las pasiones, que se atribuían a la influencia árabe,

envolvían a los personajes.

Aunque este escritor llegó a vivir en Granada no era usual que los viajeros permanecieran en el país mucho tiempo sino que predominaba aquel viajero que pasaba rápidamente por él sin siquiera conocer la lengua.

Este gusto por lo árabe comienza a convertirse casi en una obsesión para los viajeros que comienzan a exagerar e inventar datos acerca de la vestimenta, arquitectura e incluso rasgos físicos de los españoles.

El mismo Davillier en una visita a Almería ve similitudes entre los hombres del puerto de la ciudad y los africanos. También Ford afirma que los habitantes de Ugíjar son medio moros.

No queda muy lejos de esto la imagen inventada de España que favorecieron y crearon estos autores poco a poco.

España es representada como país de gitanas y toreros, de fanatismo religioso, pereza y de un carácter fogoso y pasional entre en sus habitantes.

Lleno de calor y luz era un país de clase popular supersticiosa y religiosa en extremo.

Esto ocurrió en el siglo XIX, cuando los escritores tenían gusto por las manifestaciones populares, las tradiciones, etc. Hacen del sentimiento y la imaginación sus instrumentos de conocimiento. Las descripciones ponen énfasis en aquello que cada sitio tiene para emocionar al viajero. Se olvidan las descripciones de los monumentos y en su lugar se describen los ambientes. El relato de viaje acabó convirtiéndose en un despliegue de subjetividad del autor.

Todo lo contrario que los ilustrados que ejercían en sus relatos el papel de transmisores de conocimientos.

Principalmente se dedican a presentar de forma ordenada cantidades de información y datos estadísticos faltando en sus relatos las referencias históricas.

A pesar de las diferencias, no puede hablarse de una ruptura entre uno y otro siglo. Relatos románticos e ilustrados convivieron juntos algún tiempo, lo que sí es cierto es la repartición de los ilustrados en el siglo XVIII y los románticos en el XIX mayormente.

Autores importantes fueron Merimée, Ford, Víctor Hugo, Dumas, Davillier, Borrow, Humboldt, etc. A continuación se recoge una cronología de los viajes recogidos en sus principales relatos y las zonas recorridas.

- Prosper Merimée se sintió siempre fascinado por España. La primera vez que visitó nuestro país fue en 1830, realizando un total de siete viajes. Viajó por Algeciras, Granada, Sevilla, Córdoba, Sagunto, Valencia. , Madrid... Llegó a ser un gran conocedor de España.

- Alexandre Dumas vino a España en 1846. Su viaje se prolongó durante cincuenta días y de vuelta a París escribió su relato de viaje titulado *Impressions de voyage. De Paris à Cadix*.

- Charles Davillier visitó España en veintitrés ocasiones y podía considerársele conocedor del país. Visitó Almería, Málaga, Talavera y Alcora entre otros lugares.

- George Borrow llegó a España desde Portugal a finales de 1835, permaneciendo aquí hasta abril de 1840. Durante estos años trabó amistad con gitanos españoles sobre los cuales publicó una obra en 1841, *The Zincali; or an account of the Gypsies of Spain*. En diciembre de 1842 publicó su relato de viaje *The Bible in Spain*.

- Richard Ford fue uno de los hispanistas más conocidos en su época. Llegó a Sevilla en 1830. Recorrió España de norte a sur y de este a oeste montado en una jaca cordobesa y vestido con traje andaluz, y de estos recorridos surgieron su *Handbook for travellers in Spain*, publicado en 1845 y otras obras como *Gatherings from Spain* aparecida al año siguiente. Estuvo entre otros lugares en Granada viviendo algún tiempo en la Alhambra y visitando Sierra Nevada y su Pico del Veleta, Ugíjar, etc.

- Guillermo de Humboldt llegó a España en octubre de 1799 cuando tenía 32 años. Entró por Vitoria guiado por Lorenzo Prestamero, subsecretario de la Sociedad

Vascongada de amigos del país.

- Víctor Hugo también visitó España. En 1843 viaja por los Pirineos y queda maravillado por este paisaje, es entonces cuando escribe un libro de viaje titulado *Los Pirineos*.

Muchos de estos escritores y viajeros crearon una imagen inventada de España como hemos mencionado anteriormente.

Contra esta visión deformada del país se levantó una reacción que constituyó un género literario, el costumbrista, que acabó siendo tanto o más caricaturesco que la imagen que pretendía combatir.

El costumbrismo, cuyo propósito había sido en un principio luchar contra la realidad inventada de la sociedad española retratándola objetivamente, acabó dando una visión basada en descripciones a menudo superficiales.

Obra destacada de la corriente costumbrista fue *Los españoles pintados por si mismos* y describía casi cien tipos nacionales de capital y provincias.

Reseñaba perfiles profesionales, psicológicos o ideológicos e incluía representaciones gráficas. Se describía para ello su físico, su indumentaria, sus gustos, costumbres e incluso actitudes.

Colaboraron en el libro gran cantidad de autores, grabadores y dibujantes. De esto solo resultó que la mayoría de las descripciones fueran superficiales, festivas, aunque otras eran de gran profundidad psicológica.

La descripción quería dejar constancia de aquellos tipos españoles que estaban a punto de desaparecer por la moda uniformadora que llegaba al país como ya había sucedido en el resto de Europa.

Para concluir, solo mencionar que en libros de este tipo la representación de la vida intelectual, tipos de la industria, la economía y las finanzas era escasa olvidando hablar del presente y el futuro del país. Lo puramente español no era lo moderno.

El amor por lo tradicional, lo genuinamente nacional, unido a los deseos de progreso y de entrar en la vida moderna acabó siendo una antinomia difícil de resolver para muchos autores españoles.

Esa defensa a ultranza de lo autóctono fue un arma de doble filo pues hizo el juego a los viajeros extranjeros, buscadores incansables de esa genuina personalidad española.

PRÁCTICA IV. INTRODUCCIÓN AL TURISMO.

- Documental : LA TRANSFORMACIÓN DE LA FACHADA LITORAL ESPAÑOLA.

Conteste con brevedad a las siguientes cuestiones.

- ¿Ha existido siempre la misma valoración para la ubicación de la población y de las actividades económicas en la franja litoral? ¿Por qué?

No siempre las playas se han visto con tan buenos ojos como ahora.

Antiguamente se prefería el interior, sobre todo las tierras al lado de los cursos fluviales, por sus tierras cultivables y más fértiles que solucionaban el problema de la alimentación porque eran propicias para la agricultura y la ganadería.

En un principio se huía de las playas por razones históricas, es decir, las playas eran lugares poco seguros por los que se producía la invasión por piratas, etc. De la defensa en las zonas encontramos buenas muestras en Almería, como el Torreón de San Telmo, la Torre de Macenas de Mojacar, el Castillo de Rodalquilar, la Torre-castillo de San Pedro en Níjar o el Castillo de Guardias Viejas edificado en tiempos de Carlos III bajo cuyo reinado se intensificaron las defensas costeras.

Más tarde las playas fueron ocupadas por nudos ferroviarios, fábricas, depósitos de basuras, etc. por lo que muchas ciudades tenían sus fachadas litorales muy degradadas, un ejemplo de esto sería la playa de Portman que se usó para arrojar desechos mineros destrozando el paisaje.

- Funciones ambientales de las playas.

Las playas son muy importantes en la conservación de nuestro medio ambiente.

En primer lugar son auténticas barreras naturales cuyas arenas protegen de la erosión. También protegen las costas de los oleajes y temporales.

Otro punto importante de las playas son sus dunas porque también ofrecen protección a los territorios contra la erosión del mar.

No podemos olvidar los fondos marinos que también cumplen su función ambiental. Estos fondos suponen la base del equilibrio en la cadena alimenticia de muchos seres marinos y la desaparición de sus campos de algas suponen el enturbiamiento de las aguas.

- Relación entre el modelo de desarrollo turístico de los sesenta-setenta y la urbanización del litoral español.

La playa era una zona de poco valor económico pero con la llegada del turismo en los años 50 comienza a ser

un valor en alza y es revalorizada.

De hecho la urbanización del litoral llega motivada por el turismo creciente de estos años, pero el tipo de construcción de esta época es un tipo de construcción masiva.

El modelo de los años 60-70 es muy criticado porque altera paisajes y las condiciones ambientales costeras, por ejemplo las dunas mencionadas anteriormente están desapareciendo por la construcción, etc.

Por desgracia gran parte de la urbanización actual del litoral español continúa siguiendo este modelo aunque también se está empezando a confiar en un modelo más extensivo.

Almería ha sido una ciudad que podríamos decir milagrosamente ha conservado su litoral en buen estado y poco transformado.

Entre sus zonas más destacadas el Cabo de Gata está prácticamente intacto.

Podemos encontrar varias causas de por qué esta zona resultó poco atractiva a la urbanización masiva de los años 60.

Por ejemplo hay que tener en cuenta que Almería era una ciudad que carecía de infraestructuras o bien las que tenían eran precarias. No hubo aeropuerto hasta más tarde y las carreteras suponían por su estado un difícil acceso a la provincia.

Por otro lado la falta de abastecimiento de aguas potables a esta zona árida suponía otra dificultad para la urbanización.

Su suelo de difícil construcción por sus características geológicas también podría ser otra causa.

Más tarde esta zona fue protegida y declarada parque natural por lo que ya quedó fuera de las posibilidades de la construcción.

- UN DEBATE EN TORNO AL MODELO INTENSIVO DE TURISMO.
- Argumentos a favor del modelo intensivo de turismo de J. M. Iribas. Opinión personal.

Iribas alega, entre otras razones, que con el modelo intensivo se aprovecha mucho más el territorio y nos lo ejemplifica con Benidorm que concentra entre el 40% y el 45% de la renta turística valenciana y ocupa solo el 1% del litoral mientras que para conseguir el mismo resultado económico, por cada metro cuadrado utilizado en Benidorm se necesitan 170 en las zonas litorales repletas de chalés.

También alega que las infraestructuras en las zonas extensivas son mucho más difíciles de mantener económicamente. Solo hay que pararse a pensar un momento, no es lo mismo ofrecer un servicio de basuras, por ejemplo, a un millón de personas concentradas en pocos kilómetros que a esa misma cantidad pero en una zona mucho más amplia.

Otra argumento a favor del modelo intensivo con el que se defiende Iribas es que estas concentraciones urbanas disponen de un aparato hotelero que dinamiza la estructura de alojamiento y permite mejorar la estacionalidad, genera una riqueza superior y usa pocos recursos espaciales.

Pero uno de los argumentos más poderosos de Iribas es sin duda el de la utilización de agua, donde vuelve a ponernos el ejemplo de Benidorm.

En este lugar se utiliza unos 140 litros por persona/día mientras que en las áreas de chalés se alcanzan los 600.

Está claro que en un país como España este es un argumento de mucha fuerza porque el agua es un recurso muy escaso.

Desde mi punto de vista este modelo tiene muchos puntos a favor y los argumentos de Iribas me parecen muy razonables pero por otro lado el modelo extensivo también me parece correcto.

En cuanto a este tema no tengo una postura del todo definida y pienso que todo depende en cierto modo del enfoque que le demos. Si dirigimos nuestro turismo a personas que buscan la marcha, el baile, etc. todo en un espacio reducido, y que no tengan que hacer grandes desplazamientos el modelo de Iribas es perfecto pues es un modelo que a mi parecer ofrece una especialización en ello y dará un buen servicio.

Por otro lado si queremos potenciar un modelo de turismo más calmado y menos frenético, más natural e incluso rural, el modelo extensivo es el que buscamos porque es precisamente lo que nos ofrece: poca aglomeración y más tranquilidad.

En resumen opino que deberíamos alcanzar un punto medio: un modelo intensivo descontrolado puede dañar mucho al medio ambiente al igual que puede hacerlo un modelo extensivo por su consumo de aguas, por ejemplo.

Creo que de algún modo debería haber algo que regulara ambos hasta un extremo considerable.

- Modelos de turistas según Iribas.

Según Iribas existen al menos tres tipos de turistas.

Tenemos por un lado, al turista de masas, que usa agencias chárter y que viene por periodo de quince días o menos y que viene en solitario o con su pareja.

Su nivel de gastos suele ser alto. A este modelo va destinado los grandes resorts de masas internacionales.

El segundo grupo es el de los veraneantes, que son los que responden al modelo español. Viajan con toda la familia para una larga estancia a un espacio al que es fiel y sobre el que cree tener inalienables derechos. Son personas que critica al resto de los turistas porque no coinciden con sus gustos.

También existe un viajero que es heredero del romántico del siglo XIX. Trata hacer una inmersión cultural a través del consumo inmoderado de ciudades y monumentos, de espacios naturales protegidos por alguna declaración oficial, de la gastronomía, del folclore... Busca constatar la fama del lugar se corresponde con la realidad de la misma.

Por último existe una cuarta modalidad, que el propio Iribas se resiste a incluir en el turismo, que es el llamado turista residencial.

Es un tipo que acaba viviendo en el lugar durante largos periodos de tiempo y que termina reclamando derechos de sufragio y atenciones asistenciales. Este turismo residencial conduce inevitablemente a un nuevo modelo de asilo.

- Función antropológica del turismo, según Iribas. Opinión personal.

Según este sociólogo vasco, la función antropológica del turismo se resume a que con esto se consigue acallar la necesidad de alcohol, sexo y danza.

Esto es, según nos cuenta, que con la industrialización desapareció la típica fiesta campesina en la que se

rompía con la vida laboral y suponía una liberación para el cuerpo: se bebía, se bailaba y podían encontrar sexo furtivo.

Para Iribas, Benidorm y destinos similares ofrecen precisamente esto y en ello reside su éxito.

En este caso estoy completamente de acuerdo con Iribas. Siempre se ha dicho que la gente busca fuera lo que no puede tener en casa y esto es lo que hacen los turistas en España, vienen buscando la imagen de juerga y fiesta que tiene el país y es lo que les damos. El turismo a mi parecer debe ser una actividad que nos aporte cierta diversión y la diversión la encontramos en los puntos anteriormente descritos: baile, alcohol y sexo. Por lo tanto y para terminar repito que estoy de acuerdo con Iribas.

COMENTARIO A LAS I JORNADAS SOBRE TURISMO Y EVENTOS DEPORTIVOS.

La conferencia constó de dos partes: una primera acerca de la organización de grandes eventos deportivos y su impacto sobre el turismo y la economía, que se centró sobre todo en el caso de Almería en el 2005 y una segunda sobre las posibilidades del turismo deportivo.

- **El proyecto Almería 2005:su impacto turístico.**

Vicente Año Sanz, consejero delegado del COJMA 205 fue el encargado de impartir la primera parte de estas jornadas. Profesor de la Universidad de Valencia y consejero delegado en Sevilla'99 tiene una gran experiencia como organizador de grandes eventos deportivos.

En un principio nos hizo una introducción sobre los datos de interés para el deporte. En general destacó sus altos niveles de audiencia: tanto en la televisión como en la radio o la prensa podemos ver como el deporte goza de gran popularidad.

Algunos datos de audiencia en España llegan a ser espectaculares: partidos de la selección española de fútbol, los mundiales de atletismo de Sevilla, el Tour de Francia o la Copa del Rey de fútbol del 98 entre otros fueron seguidos por miles y miles de personas.

Año nos explicaba que hay una serie de factores que han contribuido a la transformación del deporte como la actualización de las rígidas normas deportivas, el creciente interés social o la generalización de la práctica deportiva.

Los acontecimientos deportivos tienen una serie de características para constituirse como tales como por ejemplo su repercusión social que debe ser elevada. Esto supone la asistencia de los medios y por ellos necesitará también un cierto nivel de audiencia televisiva.

Influye mucho el tipo de deporte y su dificultad porque puede que por sus condiciones no sea accesible para el público o los medios. También es importante que este deporte tenga unos patrocinadores y unos ingresos propios que puedan mantenerlo.

Una vez reunidos estos requisitos podemos encontrar distintos tipos de espectáculos deportivos ,aunque es difícil clasificarlos por la gran variedad de deportes que reciben subvenciones.

De menor a mayor dificultad en su organización serían según Vicente Año:

- Carreras populares
- Maratones: consisten en unos 42 km de recorrido y son más complicadas que las anteriores porque hay que cerrar más calles.
- Exhibiciones– Competiciones amistosas

- Partidos de liga
- Partidos de Copa
- Campeonatos de España: más difíciles porque concurren muchos atletas del país a un solo lugar.
- Finales de Copa/Play Off
- Finales y salidas de etapas ciclistas
- Fases de clasificación de campeonatos del mundo o Europa
- Torneos o grandes premios
- Torneos preolímpicos
- Juegos Mediterráneos
- Campeonatos de Europa o el mundo
- Olimpiadas: las más difíciles de organizar por la gran cantidad de deportistas, periodistas y público que se mueve en ellas.

En España ya conocemos por experiencias pasadas entre el 80 y el 90 como es la organización de uno de algunos de estos eventos. Aquí se celebró el Campeonato del mundo de fútbol en el 82 o por ejemplo las Olimpiadas de Barcelona 92.

La democracia fue el gran impulso para el deporte en España.

Pero según los datos ofrecidos por el conferenciante no solo nos quedamos aquí. En los próximos años acogeremos el Campeonato de Remo y también el de Piragua en Sevilla en 2002, los Juegos Mundiales Ecuestres en Jerez también en 2002 y por supuesto los Juegos Mediterráneos de Almería 2005 que son el tema central de esta conferencia.

En nuestros Juegos Mediterráneos participaran veintiún países por derecho y dos países invitados. Albergaremos una serie de deportes como el atletismo, baloncesto, balonmano, boxeo o ciclismo.

En esta ocasión peligran el tiro con arco y la gimnasia rítmica porque, aunque hay participación, no se puede con ellos potenciar la competición norte-sur que se busca.

La organización de un evento como este supone una estructura interna que se nos planteó mediante el siguiente esquema:

A su vez hay distintas áreas de organización de acontecimientos deportivos como el área de marketing, economía y administración, recursos humanos, ceremonias, promoción, medios de comunicación, publicaciones (encargada de las revistas divulgativas), protocolo, instalaciones, un área técnica, un área médica, alojamiento, transporte (importante porque un mal transporte marca los acontecimientos) y de acreditaciones.

Añadía la importancia de los beneficios económicos que provoca un evento deportivo. Señalo algunos a continuación:

- Construcción de instalaciones: tienen un alto nivel de inversión.
- Obras públicas: en Almería hay grandes previsiones de cambio como la llegada del AVE a la ciudad o la autovía desde la misma a Málaga. Lo cierto es que los juegos son un gran impulso y según estudios sus efectos duran entre una década y diecisiete años después de los juegos.
- Mejoras de transportes: tenemos claros ejemplos en el aeropuerto de Barcelona o el AVE en Sevilla.
- Aumento de la capacidad hotelera: es tal su importancia que la candidatura de Sevilla para los Juegos Olímpicos del 2008 fue denegada por no tener suficientes y fue otorgada a Pekín.
- Creación de puestos de trabajo: duran de 1 a 5 años y las personas que trabajan en eventos de este tipo luego son muy cotizados en el mundo laboral.
- Expansión de la práctica deportiva

- Aumento de las subvenciones públicas: salen del Gobierno u otros organismos.
- Aumento de las subvenciones privadas
- Aumento del patrocinio deportivo: las empresas ven que es una opción interesante a la hora de la publicidad
- Aumento del turismo: el turismo es un fenómeno en el que funciona mucho el boca a boca. Una buena organización atraerá a la gente aun después del evento.

Además de beneficios económicos también se dan una serie de beneficios culturales y políticos:

- Relación norte-sur
- Se produce un intercambio cultural
- Tolerancia política
- Planes de promoción deportiva en países menos avanzados
- Búsqueda del equilibrio competitivo

Claro está que antes de que se produzcan estos beneficios será necesaria una financiación para poder llevar a cabo el evento deportivo.

Podríamos citar las subvenciones públicas, los derechos de retransmisión y la publicidad y el patrocinio como las más importantes de las fuentes de financiación de los acontecimientos deportivos.

También hay que tener en cuenta espectador, el merchandising, el alojamiento y la venta de materiales que es bastante importante porque supone la venta de los materiales comprados para la ocasión y que no volverán a usarse.

Hablando de los impactos económicos se destacó que la repercusión económica suele ser mayoritariamente local, mientras que la social es más abierta y llega al país o a la región donde se celebra el evento. La temporalización del impacto es muy superior a las fechas de celebración.

A partir de aquí la conferencia empieza a centrarse en el caso de Almería 2005 comenzando por la previsión de ingresos de gestión.

Las subvenciones públicas nos aportarán unos 2200 millones de pesetas.

El patrocinio que por el momento es proporcionado por tres empresas será de unos 1140 millones y la venta de entradas supondrá unos 213.

La venta de activos y el alojamiento suman unos 700 millones. Y algo típico de España, la lotería, con dos sorteos en Almería dará 1000 millones según las previsiones.

En total serán unos 5300 o 5500 millones aproximadamente.

En cuanto a construcción de instalaciones se destinarán unos 10500 millones.

Se construirá un estadio de unos 3500 millones de pesetas y un palacio de deportes de 1500.

El complejo de piscinas que se instalarán en Las Almadravillas serán de unos 600 millones, el canal de remo y piragüismo (situado en Cuevas de Almanzora) de 280 y el complejo de tiro olímpico de Gádor costará 270 millones.

El resto de dinero se invertirá en otras edificaciones.

Otra gran edificación será la Villa Mediterránea que tendrá una inversión pública de 8500 millones y una inversión privada e inducida de muy elevada.

Se extenderá a lo largo de 2610 hectáreas y estará situada a 10 km de Almería junto al Parque de Cabo de Gata-Níjar. Constará de un campo de golf de 680000 m², espacios libres y zonas verdes, y en cuanto a la capacidad hotelera habrá cuatro zonas con siete hoteles que ocuparán 15 hectáreas.

En general sabemos que la imagen de Almería se transformará y supondrá el reconocimiento internacional de nuestra ciudad.

Se modernizarán infraestructuras varias como la A92, la autovía a Málaga, y se enlazarán el aeropuerto con la Villa mediante una carretera de doble carril. Nuestra capacidad de organización se pondrá de manifiesto y Almería se convertirá en una ciudad turística y de congresos gracias a su Villa Mediterránea.

El casco antiguo sufrirá mejoras que darán a Almería la imagen de ciudad histórica, aunque también tendremos una imagen tecnológica que vendrá dada por nuestro puerto, la industria del mármol, la agricultura. Almería, ciudad abierta al mar, podrá aprovechar el turismo que le queda por explotar, entre otros gracias a este factor positivo que da buena imagen.

A pesar de todos los aspectos positivos también los hay negativos. Los principales problemas del día después de los Juegos serán la dimensionalidad, el problema de los espectadores, el mantenimiento y las actividades que se realizarán.

Habrá que saber ajustarse porque la actividad no será la misma. Habrá que motivar a la gente para que practique deporte y acuda a los posibles futuros eventos que se realicen para rentabilizar las instalaciones.

• Fundamentos y posibilidades del turismo deportivo

Esta segunda parte de las jornadas fue expuesta por Juan Correal Naranjo, gerente del Patronato Municipal de Deportes de Benalmádena, licenciado en Educación Física y con un master en Administración de Empresas.

Correal comenzó explicándonos que en Andalucía el deporte y el turismo están muy vinculados, tanto es así que la Junta de Andalucía dotó una Conserjería de Turismo y Deporte, con su correspondiente Secretaría General para cada una de las partes que la integran.

Pero no solo en nuestra comunidad el turismo es importante, España es el segundo país del mundo con mayores ingresos por turismo. Es el tercer destino turístico del mundo y tiene el tercer puesto en oferta turística mundial y el primero en el sector del empleo.

Lo cierto es que es la primera industria superando a la automovilística.

Todo esto es porque las vacaciones, principal motivo para el turismo, se están convirtiendo en un bien de consumo en Europa y Norte América.

Un 67% de los suizos, un 56% de los noruegos y un 53% de los austriacos viajan al extranjero.

Esto incrementa un continuo incremento de la demanda de viaje.

El futuro del sector turístico es de crecimiento pero dependerá de los esfuerzos que cada país realice para desarrollarse.

En España se esfuerzo pasa por buscar alternativas al turismo de sol y playa que tanto nos caracteriza porque vemos las amenazas existentes.

Estas son el fortalecimiento de la competencia del mercado vacacional de sol y playa, los cambios en la demanda pues se va a preferiendo el turismo activo y que ahora hay unos intereses distintos que hace años.

Como alternativas a las estas amenazas tenemos distintas clases de turismo, como el de parques acuáticos, el de salud, el de juegos de azar (muy extendido en Niza, Montecarlo), el turismo patrimonial, el turismo pde compras que se practica por ejemplo en Gibraltar o Andorra, el industrial que se intenta potenciar en Asturias, el turismo científico de Francia o Valencia, y un largo etcétera.

Pero de entre todos estos posiblemente sean el turismo de parques temáticos y el deportivo de los mas importantes en nuestro país.

Juan Correal nos ofreció un pequeño estudio del primero y uno más extenso del segundo que es el que nos interesa.

Del turismo de parques temáticos señaló que el motivo del viaje es conocer y disfrutar en estos parques que estan pensados para que las familias disfruten del tiempo libre juntos.

España ya es llamada la Florida de Europa porque contamos con varios de estos parques: Port Aventura, Terra Mítica e Isla Mágica.

El turismo deportivo fue definido por Correal que nos dijo que según él era un movimiento de personas que se desplazan fuera de su lugar de residencia con el objeto principal de llevar a cabo una determinada actividad deportiva.

Las causas del desarrollo del turismo deportivo pueden ser divididas en dos grupos basicamente:

Deporte Popular

Promoción pública

Sensibilidad por la salud

Sensibilidad por la imagen

Publicidad

Competiciones populares

Mayor tiempo libre

Tendencia al ocio activo

Deporte de Competición

Aumento de clubs

Aumento de federaciones

Aumento de competiciones

Profesionalización

Publicidad

Una de tantas cosas buenas del turismo deportivo que se nos destacaba en la conferencia es que se puede practicar en gran cantidad de sitios que se clasifican en :

- Entornos naturales puros: mar, montaña, ríos o aire.
- Entornos naturales adaptados: puertos deportivos, pistas de esquí, campos de golf.
- Instalaciones deportivas convencionales públicas: municipales, estatales, regionales.
- Instalaciones deportivas convencionales privadas: hoteles, clubs, centros deportivos.

Los factores que determinan el desarrollo del turismo deportivo son la oferta hotelera, las condiciones climáticas, las facilidades de desplazamiento, las instalaciones deportivas y el conocimiento de la zona.

Andalucía goza de estos factores y por ello es visitada por gran número de viajeros de distintos sitios.

Por ejemplo, los británicos, según datos aportados por Juan Correal eligen Andalucía en un 48% por el clima y en un 10% por el golf. Los británicos suponen un 17% de los turistas que visitan Andalucía.

Acabamos de destacar la importancia del golf en Andalucía que tiene 68 campos. Supone la mejor infraestructura de Europa y un 29% total de los campos en España. La demanda supera a la oferta y por ello una de las zonas más turísticas de Andalucía, la costa del Sol ya ha sido bautizada como la Costa del Golf.

Esta iba en un principio de Málaga a Algeciras, ahora va desde Málaga a Cádiz y en un futuro se espera que vaya de Almería a Huelva.

El 79% de los jugadores son extranjeros.

Vista su importancia, el turismo deportivo bien merece una estrategia para su desarrollo.

Se basa principalmente en aprovechar las condiciones naturales y las instalaciones existentes, construir las que demande el turista, organizar competiciones y desarrollar eventos vinculados al deporte espectáculo.

Pero, ¿qué es este deporte espectáculo?

Juan Correal nos ofrecía un concepto simple, el deporte espectáculo está integrado por aquellas actividades deportivas que realizadas por deportistas profesionales, semiprofesionales o de élite, despiertan un elevado interés en la sociedad.

El beneficio de este tipo de deporte es muy variado, pues tiene:

- Incidencia económica: viene dada por el movimiento económico que genera antes, durante y después del evento. Por ejemplo el Mundial de Automovilismo de Jerez de 1998 dejó 11000 millones de pesetas.
- Incidencia turística: Andalucía es un destino turístico de primer orden que necesita seguir desarrollando su capacidad. Solo la Ryder Cup del 97 en Sotogrande provocó una ocupación hotelera del 100%.

- Incidencia en infraestructuras: el evento es el detonante para acelerar proyectos.
- Incidencia social: mejora de las expectativas de los ciudadanos, refuerza su identificación con la ciudad, favorece la colaboración entre distintos colectivos, favorece el desarrollo del voluntariado. Un buen ejemplo de esto lo tenemos en el lema de Almería 2005: Un proyecto de ciudad...Juntos podemos.
- Incidencia en la imagen exterior: refuerza la imagen de la ciudad o descubre países, culturas o ciudades que no conocíamos.
- Incidencia deportiva: aprovechar el estímulo natural de la publicidad del evento en el espectador.

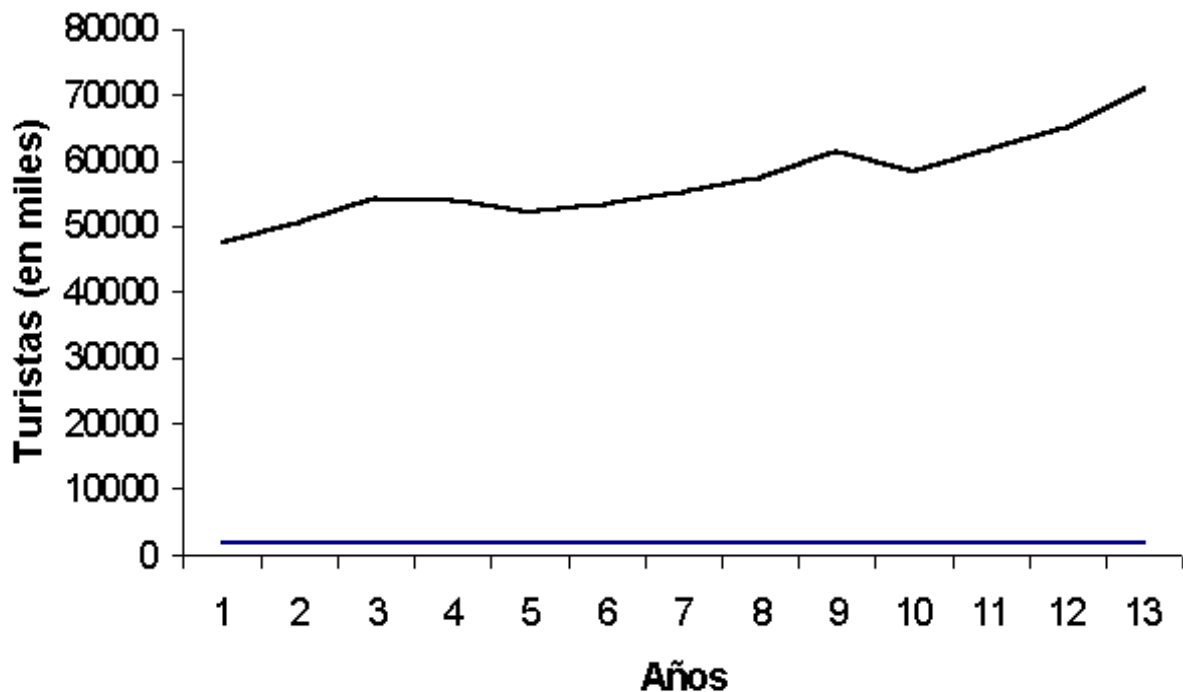
Al igual que Vicente Añó, Juan Correal comenta que a pesar de los aspectos positivos también hay posibles impactos negativos del deporte espectáculo como que las infraestructuras no se aprovechen, el aumento de los precios de la ciudad debido al aumento de la demanda, la posibilidad de disturbios por enfrentamientos entre hinchas, etc.

A pesar de esto Andalucía ya se ha involucrado con el deporte espectáculo.

En el pasado no hubo muchos eventos y fueron de escasa trascendencia, en el presente son toda una realidad y para el futuro tenemos grandes perspectivas:

- Sevilla 2002: Campeonatos del mundo de Remo, Piragüismo y Saltos de Natación
- Cádiz 2002: Volvo Master Golf
- Jerez 2002: Juegos Ecuestres Mundiales
- Cádiz 2003: Campeonato del mundo de Vela
- Huelva 2004: Juegos Iberoamericanos
- Almería 2005: Juegos Mediterráneos.

1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998



COMITÉ ORGANIZADOR

(se reúne 2 veces al año y consta de 24 miembros)

PRESIDENTE

(alcalde de la ciudad)

COMITÉ PERMANENTE

(Se reúne todos los meses y es mas reducido).

SECRETARIO GENERAL

CONSEJERO DE LEGADO

COMITÉ TÉCNICO

(se encarga del día a día de la organización)