

Geografía
Mundo *del turismo en el*

Geografía del turismo en el Mundo

Alain Mesplier
Pierre Bloc-Duraffour

Adaptación: **Rafael Esteve Secall**
*Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Económicas
de la Universidad de Málaga*

Traducción: **M.^a Luisa Piñeiro**
Profesora de Francés de la EOT de Madrid



Le tourisme dans le monde, 4.^a edición.
A. Mesplier y P. Bloc-Duraffour, Ed. Bréal

Diseño de cubierta: Manuel Gracia Gascón

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Bréal

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid
Teléfono 91 593 20 98
<http://www.sintesis.com>

ISBN: 84-7738-784-2
Depósito Legal: M. 36.924-2000

Impreso en España - Printed in Spain

Índice

Prólogo a la edición española	11
Introducción	13

Parte I ● La actividad turística

Capítulo 1. Un fenómeno crucial	17
1.1. Una larga historia	17
1.1.1. Los precursores de la Antigüedad y de la Edad Media	17
1.1.2. Del siglo XV al XVII: las primicias del turismo	18
1.1.3. 1800-1950: del turismo elitista al turismo de masas	19
1.2. La explosión contemporánea	22
1.2.1. Factores de la democratización	22
1.2.2. La diversificación de las formas de turismo	23
1.2.3. Disparidades todavía acusadas	29
1.3. Flujos planetarios	32
1.3.1. La hegemonía de los países desarrollados	32
1.3.2. La emergencia de los países en vías de desarrollo	34
Capítulo 2. Actores múltiples	37
2.1. El papel primordial de los transportes	37
2.1.1. Un componente esencial del producto turístico	37
2.1.2. El ferrocarril	39
2.1.3. La carretera	41
2.1.4. Las vías fluviales	43
2.1.5. El avión	44
2.1.6. El desarrollo de los cruceros	47
2.2. Una amplia gama de alojamientos	50

2.2.1. La hotelería	50
2.2.2. Las segundas residencias y el alquiler amueblado	56
2.2.3. Los demás alojamientos	59
2.3. La evolución de la profesión turística	60
2.3.1. La importancia de los turoperadores	61
2.3.2. Las agencias de viajes	63
2.3.3. La promoción turística	65
Capítulo 3. Un papel económico creciente	67
3.1. Un sector económico en expansión	67
3.1.1. Dimensión de las transferencias financieras internacionales	68
3.1.2. Una actividad impulsora	71
3.2. Turismo y desarrollo	76
3.2.1. Las implicaciones del turismo en los países desarrollados	76
3.2.2. Turismo y desarrollo en el Tercer Mundo	81

Parte II • El espacio turístico

Capítulo 4. Diversidad de centros de interés turístico	87
4.1. Factores naturales	87
4.1.1. El efecto climático	87
4.1.2. El atractivo de los paisajes	93
4.2. Patrimonio arquitectónico	95
4.2.1. De la Prehistoria a la Edad Antigua	95
4.2.2. La Edad Media y la Edad Moderna	99
4.2.3. La Edad Contemporánea	103
4.3. Fenómenos culturales	105
4.3.1. Las manifestaciones artísticas	105
4.3.2. Otros aspectos de interés turístico	107
Capítulo 5. Acondicionamiento turístico del espacio	111
5.1. Las políticas turísticas	111
5.1.1. El papel creciente de los Estados	111
5.1.2. La diversidad de políticas turísticas nacionales	114
5.2. Las formas espaciales del acondicionamiento turístico	119
5.2.1. El acondicionamiento de los litorales	120
5.2.2. El acondicionamiento de las montañas	129
5.2.3. Los parques naturales	134
5.3. El acondicionamiento de las ciudades	137
5.3.1. Remodelación de los centros de las ciudades	138
5.3.2. La reestructuración de la periferia	141
5.4. La eclosión de los parques de ocio	142
5.4.1. Un concepto viejo, renovado recientemente	142
5.4.2. Predominio de los países desarrollados	143

Capítulo 6. Tipos de espacios turísticos	149
6.1. Los lugares turísticos aislados	149
6.1.1. Parajes naturales	149
6.1.2. Monumentos	152
6.2. Las ciudades turísticas	153
6.2.1. Centros de importancia media	153
6.2.2. Grandes polos turísticos	156
6.2.3. Ciudades con un turismo especializado	164
6.3. Las regiones turísticas	168
6.3.1. Regiones de turismo itinerante	168
6.3.2. Regiones turísticas del litoral	170
6.3.3. Regiones turísticas de montaña	174

Parte III • Los grandes conjuntos turísticos

Capítulo 7. Europa occidental y la cuenca mediterránea	181
7.1. Los países nórdicos	181
7.1.1. Condiciones turísticas particulares	181
7.1.2. Noruega	182
7.1.3. Suecia	185
7.1.4. Finlandia	186
7.1.5. Islandia	188
7.1.6. Dinamarca	189
7.2. La Europa atlántica	190
7.2.1. Primer núcleo emisor de turistas del mundo	190
7.2.2. Las Islas Británicas	191
7.2.3. Los países del Benelux	195
7.2.4. Alemania	198
7.2.5. Francia	203
7.3. Los países alpinos	206
7.3.1. Los mejores atractivos	206
7.3.2. Las regiones turísticas de Suiza	209
7.3.3. Liechtenstein	214
7.3.4. Las regiones turísticas de Austria	214
7.4. La Europa mediterránea	219
7.4.1. España	221
7.4.2. Portugal	230
7.4.3. Italia	232
7.4.4. Grecia	241
7.4.5. Estados insulares	242
7.5. El norte de África y el Oriente Próximo	243
7.5.1. El Magreb	244

7.5.2. Egipto	249
7.5.3. El Oriente Medio mediterráneo	250
7.5.4. Turquía	251
Capítulo 8. Europa del Este y la CEI	255
8.1. Europa del Este	256
8.1.1. Los países bálticos	256
8.1.2. Polonia	257
8.1.3. La República Checa y Eslovaquia	260
8.1.4. Hungría	261
8.1.5. Rumania	262
8.1.6. Bulgaria	264
8.1.7. La ex-Yugoslavia	266
8.2. El turismo en la CEI	267
8.2.1. Rusia	267
8.2.2. Las demás repúblicas	270
Capítulo 9. América	275
9.1. América anglosajona	275
9.1.1. Importancia del turismo norteamericano	275
9.1.2. Regiones turísticas de Estados Unidos	278
9.1.3. Regiones turísticas de Canadá	289
9.2. Centroamérica y América del Sur	295
9.2.1. Los avances del turismo suramericano.....	295
9.2.2. México, Centroamérica y las Antillas	297
9.2.3. América del Sur.....	303
Capítulo 10. África subsahariana	313
10.1. Un turismo todavía modesto	313
10.1.1. Recursos parcialmente explotados	313
10.1.2. El predominio del turismo internacional	315
10.1.3. Inconvenientes difíciles de superar	316
10.2. África occidental	318
10.2.1. Senegal	318
10.2.2. Costa de Marfil	320
10.2.3. Nigeria	321
10.2.4. Los demás países	321
10.3. África central	322
10.3.1. Camerún	323
10.3.2. Los demás países	323
10.4. África oriental	325
10.4.1. Kenia	326
10.4.2. Los demás países continentales	326
10.4.3. Las islas del océano Índico	328
10.5. África austral	330
10.5.1. Sudáfrica	330
10.5.2. Los demás países	333

Capítulo 11. Asia y el Pacífico	335
11.1. Un turismo en pleno desarrollo pero desigualmente distribuido	335
11.1.1. Una gran diversidad de condiciones naturales	335
11.1.2. El peso del turismo cultural	336
11.1.3. Un reclutamiento diverso de la clientela	337
11.2. Oriente Medio	338
11.2.1. Jordania	338
11.2.2. Arabia Saudí	339
11.2.3. Los demás países	340
11.3. El Sur de Asia	343
11.3.1. La India	344
11.3.2. Los demás países	349
11.4. Sureste de Asia	352
11.4.1. Tailandia	352
11.4.2. Malasia	354
11.4.3. Singapur	355
11.4.4. Indonesia	355
11.4.5. Filipinas	357
11.4.6. Países turísticos secundarios	359
11.5. El noreste de Asia	361
11.5.1. China	361
11.5.2. Japón	367
11.5.3. Corea del Sur y Taiwán	370
11.6. Los países del Pacífico	371
11.6.1. El archipiélago de las islas Hawai	371
11.6.2. La Polinesia francesa	372
11.6.3. Melanesia	372
11.6.4. Micronesia	373
11.6.5. Australia y Nueva Zelanda	373
Conclusión	379
Bibliografía	381

Prólogo a la edición española

El turismo se ha convertido en las últimas décadas del siglo XX en un fenómeno socioeconómico de primera magnitud. Millones de viajeros se desplazan cada año a otras regiones, del propio país o del extranjero, lo que supone una considerable entrada de divisas en los países eminentemente turísticos. En el caso de España constituye la primera actividad productiva.

La creciente necesidad de dedicar los días no laborales, y sobre todo las semanas de vacaciones, a actividades que sirvan de descanso, y a la vez proporcionen el disfrute de los lugares de ocio y de interés turístico, ha impulsado a organismos, instituciones públicas y privadas y administraciones a dotar de las infraestructuras y los medios de transporte, comunicación y alojamiento adecuados tanto a las localidades urbanas como a las zonas de montaña y a los diferentes litorales.

Un factor de suma importancia que afecta a los miles de profesionales que van a desarrollar su actividad en los distintos ámbitos turísticos es su formación. Para dotar al profesorado de las herramientas necesarias en la formación de sus alumnos, Editorial Síntesis viene publicando una extensa colección de manuales específicamente dirigidos a las enseñanzas turísticas. En ella tienen cabida prestigiosos especialistas tanto españoles como extranjeros.

En este sentido, la obra que presentamos, *Geografía del turismo en el mundo*, cumple eficazmente esa función. Va dirigida a estudiantes de las Escuelas Universitarias de Turismo y de los ciclos formativos correspondientes de la Formación Técnico-Profesional; a profesionales de hoteles, de oficinas de viajes y rutas turísticas; a cuantos deseen tener una visión completa de los lugares más turísticos del mundo y a todos aquellos, en definitiva, que tengan o vayan a tener la *responsabilidad de confeccionar, gestionar o vender un producto turístico*. Con esta finalidad hemos adaptado íntegramente al contexto español –respetando los atractivos contenidos del

original francés— este excelente manual. En él se abordan tanto los aspectos geográficos del turismo como los socioeconómicos de los diferentes Estados del mundo, integrados en grandes zonas turísticas en sus respectivos continentes.

Por otra parte, este libro se desarrolla con un enfoque eminentemente didáctico; se exponen los contenidos con rigor, bien estructurados, utilizando un lenguaje claro y ameno que capta rápidamente la atención del lector. Se aportan, además, numerosos cuadros con los datos económicos referentes al turismo de cada país, así como mapas y fotografías necesarios para ilustrar el texto y facilitar su comprensión.

Es importante destacar que se abordan, con un tratamiento globalizado, los diferentes tipos o facetas que engloba el turismo: el marítimo y náutico; el de montaña, con sus estaciones, tanto para excursionistas como para practicantes del esquí y de los deportes de nieve; el rural; las visitas a parques y reservas naturales, y a parajes geográficos espectaculares; y el cultural —cada vez más promocionado—, que abarca las visitas a ciudades monumentales, con numerosos vestigios históricos, a museos y enclaves que albergan restos de civilizaciones milenarias repartidos por los cinco continentes, y a localidades que conservan costumbres y tradiciones ancestrales de carácter popular, folclórico o religioso.

Con el fin de hacer el libro más ameno y comprensible al lector de habla hispana, se ha realizado un notable esfuerzo por incorporar la situación del sector turístico español al texto original y se ha cuidado la redacción definitiva del libro para retratar fielmente su realidad turística más inmediata: la de España y Latinoamérica.

Introducción

El turismo se impone como un fenómeno capital en la sociedad de finales de este siglo. Prueba de ello es que el flujo de turistas no deja de aumentar. Concretamente, en 1998, ha alcanzado los 635 millones de personas, aunque cabe destacar que los movimientos turísticos internos son muy superiores a los flujos internacionales. Así, la aportación de los viajes y del turismo a la economía mundial cobra aún más importancia, calculándose en un 14% del PNB mundial o el 15% de las ventas totales del sector de servicios. Por eso la irrupción del turismo de masas plantea tres tipos de cuestiones.

1. ¿Cuál es actualmente el papel económico del turismo? ¿Cómo explicar que un sector que se considera frágil, sensible a las fluctuaciones económicas y a los acontecimientos internacionales, haya visto aumentar en un 60% el número de turistas internacionales durante los últimos diez años? ¿Cuáles son los países más dependientes de los ingresos y de los empleos del turismo? ¿El turismo puede constituir para los países pobres una opción viable de desarrollo?
2. ¿Cómo se inscribe el fenómeno turístico en el espacio mundial? ¿Cuáles son los grandes países emisores y receptores de turistas? ¿Qué papel desempeñan los flujos, los cruces y las regiones que constituyen la red turística internacional?
3. ¿Cuál es el impacto del turismo en el espacio regional? Creador de paisajes específicos, el turismo es un fenómeno selectivo, origen de modificaciones profundas del medio ambiente y de la organización regional. ¿Es posible dominar un fenómeno tan poderoso? ¿La Revolución turística resultará tan costosa para el entorno como en su día lo fue la Revolución industrial?