

# LAS ESTACIONES TURISTICAS DE VERANO Y SU PLANIFICACION

Por

Pablo González Liberal

## Consideraciones generales en torno al turismo

El turismo como fenómeno económico-social masificado es un hecho de nuestros días, si bien su esencia primera es, seguramente, tan antigua como la Humanidad misma. La más típica y característica expresión de la vida es el movimiento, y tanto más dinámico cuanto que aquélla se desenvuelva en marcos más prósperos y desarrollados.

Otra cualidad también absolutamente inherente a la vida humana es el afán de ver y conocer nuevas cosas, nuevas gentes, nuevas experiencias. Es por ello que pede afirmarse de modo rotundo que en toda persona hay un turista en potencia.

Son importantes estas consideraciones primarias para dejar sentada la conclusión de que el turismo no es una moda, no es una manifestación coyuntual, sino socio-biológica, y como tal, inexorablemente creciente e irreversible.

Lo que ocurre es que al turismo, a su práctica realización, se accede cuando las motivaciones básicas encuentran el complemento adecuado en otra serie de condicionamientos que permiten la transformación de la demanda potencial en demanda real y efectiva.

El turismo, en definitiva, es un bien —en el sentido económico de la palabra— de orden superior, y a su consumo se llega, como al de cualquier otro producto, cuando además del deseo de adquirirlo se poseen los medios para ello y existe una oferta sobre la que incidir.

Naturalmente, en tanto en cuanto sea mayor el número de gentes que dispongan de medios económicos para financiar su demanda, y más cuantiosa sea la oferta, mayor será la dimensión del mercado y de las corrientes que configuren su dinámica.

## Complejidad de la demanda y la oferta turística

Pero ocurre que el turismo es un bien «sui géneris», un producto de características muy peculiares y, consecuentemente, también su mercado lo es.

A diferencia de los consumos tradicionales, en los que es el productor quien se desplaza hacia los demandantes, el producto-oferta turístico es, por esencia, indesplazable (una playa, una montaña, un monumento) y es la demanda, el consumidor, quien debe acercarse a aquél para dar satisfacción a su deseo.

Con el turista se desplazan todas sus demandas personales, vitales y superfluas, y de aquí que la demanda turística, siendo simple en su motivación primaria, resulta en la práctica una demanda compleja, una demanda integrada por demandas singulares múltiples.

En lógica correspondencia, también la oferta turística precisa configurarse como oferta compleja, integradora de todas y cada una de las ofertas que satisfagan las demandas parciales integradas en la demanda turística total. En tanto en cuanto sea más perfecta la adecuación entre oferta y demanda, más intensa y cuantiosa podrá resultar la corriente turística. Tener esto bien presente es imprescindible para el buen éxito de toda programación o planificación de desarrollo turístico, a cualquier escala.

## El turismo, consecuencia y factor de desarrollo

Con lo dicho, queda apuntado un primer postulado: el turismo de masas, los desplazamientos temporales de las personas a lugares distintos de su residencia habitual, cada vez en corrientes de mayor volumen, no es sino una consecuencia del desarrollo socio-económico que permite, primero, la disponibilidad de unos recursos para financiar el coste de aquel desplazamiento (crecimiento de las rentas); después, la existencia de medios cada vez más perfectos y asequibles para que el desplazamiento —circunstancia tipificadora del turismo— pueda realizarse con más agilidad, comodidad y economicidad; por último, el crecimiento de la oferta de instalaciones y servicios capaces de dar satisfacción cumplida a la demanda (progreso tecnológico).

Pero a la vez, en virtud de esa interinfluencia reversible, de esa in-

terrelación causa-efecto-causa que, en mayor o menor medida, es apreciable en los procesos socioeconómicos, el turismo, consecuencia del desarrollo, es a su vez causa o factor acelerador de éste, a través de un mecanismo de redistribución geográfica de la renta y del progreso.

Creo que vale la pena hacer hincapié sobre este aspecto, quizá no suficientemente considerado en toda la dimensión y trascendencia socio-económica que entraña: el turismo como factor redistribuidor de la renta a escala mundial.

Sobre la procedencia y justicia de verificar redistribuciones personales de las rentas nadie discute. Apoyándose en el principio cierto de la utilidad marginal decreciente, los sistemas presupuestarios de todos los Gobiernos practican tal distribución a través del doble juego de ingresos fiscales y gastos públicos.

Las modernas teorías sobre lo que ha dado en llamarse el desarrollo regional no son sino la extensión al ámbito geográfico de los mismos conceptos inspiradores de las políticas de redistribución personal de las rentas. Al par que los progresos de los transportes, las comunicaciones y la información van cada día mermando la capacidad obstaculizadora de las fronteras, relegándolas cada vez más a una casi mera traba administrativa, los desarrollos socioeconómicos de los pueblos se autoinfluyen e intercondicionan; cada uno precisa de los demás para su propio progreso, y ayudar a los subdesarrollados no es ya sólo un encomiable acto de caridad, sino, en muchos casos, una excelente forma de ayudarse a sí mismos.

El desarrollo regional se conseguirá potenciando las posibilidades que la región o el país brinden, en los distintos sectores de actividad económica; la agricultura y la industria son las actividades promocionales típicas, por cuanto que los servicios son consecuencia de las otras dos. Salvo casos excepcionales de productividad o rendimientos, el desarrollo agrario e industrial del país deprimido —aún con ayuda directa e intensa— será lento y laborioso, en competencia oferentes con los países y regiones prósperos.

El turismo puede contribuir a que el proceso de desarrollo tenga lugar más aceleradamente.

Son los países subdesarrollados o poco desarrollados los que, en general, están más calificados para el desarrollo turístico. La materia prima del turismo de masas es fundamentalmente la naturaleza, el clima, el paisaje; es decir, lo incompatible con actividades agrarias y,

sobre todo, industriales. Para el turismo residencial esto es un hecho, pero incluso el turismo itinerante se mueve por incentivos de tipo cultural (historia, arte, folklore, etc.), cuya localización también suele estar divorciada de actividades industriales.

Por otra parte, la demanda turística efectiva se generará en los países que tengan más alto nivel de renta; luego el sentido natural de las corrientes turísticas es de los países más ricos a los menos ricos. La competencia adversa que se señalaba en cuanto a desarrollo industrial resulta favorable cuando de desarrollo turístico se trata. El turismo es, por eso, el arma quizás más eficaz que al presente pueden utilizar los países deprimidos para impulsar con éxito su expansión económica.

Es la consideración, más o menos consciente y ponderada, de las excelencias del turismo, lo que ha hecho que en todos los lugares se le otorgue atención y cuidado cada vez más intenso, lo mismo en la administración pública que en el ámbito de las iniciativas privadas.

Utilizar positivamente el turismo, obtener de su explotación los beneficios sociales y económicos que indudablemente brinda, será tanto más alcanzable cuanto que las acciones de captación turística —en definitiva la promoción de ofertas— se adecuen más perfectamente con el comportamiento de la demanda real.

### **El fenómeno de la estacionalidad turística.**

Es un hecho estadísticamente probado que las corrientes de tráfico turístico, a lo largo del año, tienen una distribución temporal marcadamente distorsionada, con una punta o máximo estacional coincidente con los meses centrales del año, es decir, con los que corresponden al verano en el Hemisferio Norte de nuestro planeta.

En la Tabla número 1 se han recogido los datos de entradas de turistas extranjeros en distintos países durante el año 1969, publicados por la O. C. D. E. Debe llamarse la atención expresamente en torno a las notas de la citada Tabla, a fin de que no se establezcan comparaciones entre las cifras absolutas de un país y otro, porque al no ser idénticos los criterios y sistemas de cómputo, dichas cifras son heterogéneas.

Hemos tratado de obviar esa heterogeneidad elaborando la Tabla número 2, en la que se expresa el tanto por ciento de entradas de turistas extranjeros que corresponde a cada país y cada mes. Sea cualquiera el criterio de medición adoptado por uno u otro país, los sesgos distributivos mensuales se producirán de forma análoga y las comparaciones resultarán más homogéneas.

Obsérvese que, sin excepción —salvo Bélgica—, todos los países considerados concentran más del 50 por 100 de sus entradas de turismo exterior en el cuatrimestre junio-septiembre, y que en todo caso resultan los meses de julio y agosto los de mayor afluencia, siempre más del 30 por 100 anual entre ambos.

Las diferencias entre ese período central del año y los demás meses son, como puede apreciarse, muy acusadas, incluso en países como Austria o Suiza, interiores en el continente europeo, cuyos atractivos turísticos más caracterizados parece que podrían ser atribuidos a los de tipo deportivo invernal, seguramente por ser esta la «imagen» más frecuentemente difundida por la propaganda turística respectiva.

Una corroboración del hecho que comentamos queda de manifiesto con la contemplación de la Tabla número 3 (datos directos de la O. C. D. E.) sobre los coeficientes mensuales de ocupación en establecimientos hoteleros de los países citados, durante el año 1969.

Vuelve a ser, según ello, el período junio-septiembre, el que revela una máxima intensidad de tráfico turístico exterior, con respetables diferencias en relación a los doce meses del año y, de modo particular, julio y agosto consignan siempre las cifras máximas.

Hay ciertos puntos singulares, tales que para Suiza en febrero, o para Noruega en febrero-marzo, que sin superar la primacía siempre resultante en los meses centrales del año (de verano en Europa), ponen de relieve la cierta intensificación de demanda captada por los atractivos turístico-deportivos de invierno en tales países. En ellos, y para estos meses, la ocupación hotelera es, relativamente, más elevada que en los otros del viejo Continente.

Estados Unidos, como suele ocurrir en todos los análisis comparativos entre países, se sale de los límites del dibujo y su distribución no es ni remotamente análoga a ninguna de las otras consideradas. La dimensión geopolítica de su territorio y de su población es tan dilatada

TABLA 1

## VISITANTES EXTRANJEROS POR MESES. AÑO 1969

	Alemania R. F.	Austria	Bélgica	Canadá	España, Pe- nínsula e is- las	Francia	Grecia	Italia	Portugal Cont. y Ultramar	Reino Unido	Escandinavia	Suiza	Yugoslavia
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
Enero ... ..	225	304	158	1.442	777	496	31	1.113	37	124	468	244	852
Febrero ... ..	280	340	157	1.488	742	484	28	997	43	129	403	283	864
Marzo ... ..	327	370	207	1.771	1.018	641	59	1.487	59	210	539	388	1.242
Abril ... ..	475	371	303	2.065	1.310	1.004	99	2.047	83	278	717	432	1.393
Mayo ... ..	627	516	336	2.978	1.542	1.234	106	2.411	96	347	980	517	1.634
Junio ... ..	775	916	349	4.041	2.084	1.367	133	3.258	91	444	1.260	679	2.395
Julio ... ..	1.269	1.676	570	6.408	3.780	1.731	254	5.112	180	739	1.973	1.017	2.544
Agosto ... ..	1.111	1.765	559	6.864	4.604	1.573	243	6.334	239	566	1.629	1.122	3.928
Septiembre ... ..	782	827	378	3.009	2.469	1.392	159	3.503	144	364	907	702	1.848
Octubre ... ..	541	301	275	2.424	1.317	992	93	2.270	96	258	717	394	1.583
Noviembre ... ..	327	120	211	1.988	968	641	53	1.448	68	186	781	225	1.264
Diciembre .. ..	253	335	154	1.749	1.069	545	47	1.222	50	201	569	256	1.082
	6.992	7.841	3.657	36.227	21.682	12.100	1.305	31.202	1.186	3.846	10.943	6.259	20.629

Fuente: O. C. D. E.

- (1) Comprende Berlín Occidental. Las cifras son referidas a llegadas al conjunto de medios de alojamiento, excepto albergues de juventud y «campings».
- (2) Llegadas referidas al conjunto de alojamientos, incluso sanatorios (hospitales públicos no) y casas particulares. No incluye «campings».
- (3) Pernotaciones de turistas extranjeros en hoteles.
- (4) Llegadas de turistas extranjeros a las fronteras. Incluye los excursionistas fronterizos de U. S. A. (Unos 24 millones.)
- (5) Llegadas a fronteras. Incluye españoles residentes en el extranjero y excursionistas.
- (6) Llegadas a frontera.
- (7) Llegadas a frontera. Incluye griegos residentes en el extranjero.
- (8) Llegadas a frontera. Incluye excursionistas (unos 17 millones).
- (9) Llegadas a frontera, cifradas por encuesta.
- (10) Llegadas a frontera. No comprende los provenientes de Canadá o del resto de la Commonwealth, ni los de Irlanda.
- (11) Dinamarca, Finlandia, Suecia y Noruega. Llegadas a las fronteras de la Zona Común Escandinava de Control de Pasaportes. Comprende los excursionistas y el tráfico fronterizo de Alemania a Dinamarca.
- (12) Llegadas al conjunto de hoteles, albergues, moteles y pensiones.
- (13) Llegadas a fronteras. Incluye excursionistas.

TABLA 2

## DISTRIBUCION MENSUAL, EN TANTO POR 100, DE LAS LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS

	Alemania R. F.	Austria	Bélgica	Canadá	España	Francia	Grecia	Italia	Portugal	Reino Unido	Escandinavia	Suiza	Yugoslavia
Enero ... ..	3,2	3,9	4,3	4,0	3,6	4,1	2,4	3,6	3,1	3,2	4,3	3,9	4,1
Febrero ... ..	4,7	4,7	5,7	4,9	4,7	5,3	2,1	3,2	3,6	3,4	3,7	4,5	4,2
Marzo ... ..	6,8	4,7	8,3	5,7	6,0	8,3	7,6	6,6	7,0	7,2	6,6	6,9	6,8
Abril ... ..	8,9	6,6	9,2	8,2	7,1	10,2	8,1	7,7	8,1	9,0	9,0	8,3	7,9
Mayo ... ..	11,2	11,7	9,5	11,2	9,6	11,3	10,2	10,4	7,7	11,5	11,5	10,8	11,6
Junio ... ..	18,2	21,4	15,6	17,7	17,5	14,3	19,5	16,4	15,2	19,2	18,0	16,2	12,3
Julio ... ..	34,0	43,9	30,9	36,6	38,7	27,3	38,1	36,7	35,4	34,0	32,9	34,1	31,4
Agosto ... ..	15,8	22,5	15,3	18,9	21,2	13,0	18,6	20,3	20,2	14,8	14,9	17,9	19,1
Septiembre ... ..	11,1	10,5	10,3	8,3	11,4	11,5	12,2	11,2	12,1	9,5	8,3	11,2	9,0
Octubre ... ..	7,7	3,8	7,5	6,7	6,1	8,2	7,1	7,3	8,1	6,7	6,6	6,3	7,7
Noviembre ... ..	4,7	1,6	5,8	5,5	4,5	5,3	4,1	4,6	5,7	4,8	7,0	3,7	6,1
Diciembre ... ..	3,6	4,3	4,2	4,8	4,9	4,5	3,6	3,9	4,2	5,2	5,2	4,1	5,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	56,3	66,1	41,7	56,1	59,7	50,1	60,5	58,3	55,2	55,0	52,7	56,1	52,0

Elaboración sobre datos O. C. D. E.

## COEFICIENTES MENSUALES DE OCUPACION EN HOSTELERIA. AÑO 1969

	Alemania	Austria	España	Italia	Noruega	Portugal	Suiza	Yugoslavia	Estados Unidos
Enero ... ..	19,1	21,8	35,4	21,7	39,1	16,2	34,0	17,7	56,0
Febrero ... ..	23,2	26,3	40,0	23,9	54,3	18,1	46,0	17,6	62,0
Marzo ... ..	24,4	25,7	39,5	23,8	55,1	20,8	41,0	19,8	63,0
Abril ... ..	27,7	20,0	41,1	28,5	48,3	25,5	41,0	25,9	64,0
Mayo ... ..	35,6	15,6	39,1	26,1	45,2	26,6	37,0	43,9	63,0
Junio ... ..	48,6	32,3	46,4	35,5	65,5	30,2	43,0	66,1	61,0
Julio ... ..	61,2	54,0	59,9	53,0	83,5	41,5	61,0	81,4	57,0
Agosto ... ..	63,0	58,4	63,2	64,5	72,0	53,3	65,0	87,5	60,0
Septiembre ... ..	49,7	29,7	52,7	41,1	53,0	41,4	48,0	67,0	60,0
Octubre ... ..	31,1	10,3	39,6	28,5	49,4	26,2	38,0	33,3	68,0
Noviembre ... ..	19,4	6,7	37,8	22,3	44,4	18,7	27,0	20,2	55,0
Diciembre ... ..	16,8	17,1	35,6	20,6	35,1	17,0	33,0	17,0	44,0

Fuente: O. C. D. E.

y diversa que habría de descenderse a un análisis por Estados para que los resultados tuvieran homogeneidad comparativa.

Sobre estos datos de ocupación estacional hotelera, extremadamente interesantes en la planificación y organización de las promociones turísticas oferentes, volveremos más adelante.

### Motivación de la estacionalidad de la demanda en origen.

Es preciso constatar un hecho, consecuencia lógica de una de las premisas que antes hemos dejado enunciadas: la inmensa mayor parte de las corrientes de demanda turística exterior se generan en el Hemisferio Norte de nuestro mundo, por la simple razón de estar situados en él los países de más alto nivel de desarrollo y de renta «per cápita».

No es menos cierto que —según las cifras que acabamos de comentar— esa gran demanda se concentra en los meses que corresponden al estío en dicho hemisferio. Parece, pues, que es el verano la estación preferida por el turismo para su práctica realización.

Un análisis de los lugares de destino de esa demanda pone de manifiesto que también el turismo acude masivamente a países del mismo hemisferio, es decir, a países donde también es verano en esa época. El área del Mediterráneo resulta, con gran diferencia, la que consigue el mayor número de turistas extranjeros.

No se dispone de cifras fiables del turismo interior —del que los habitantes de un país realizan sin salir de sus fronteras— pero aun desconocida tal cuantificación, se tiene conciencia de que (siempre en el hemisferio septentrional) es el verano la época de demanda punta.

¿Por qué esta concentración del turismo internacional en el tiempo y en el espacio?

Si el verano, por sus condiciones climáticas específicas, fuera el objeto-motivación o atractivo determinante de la demanda turística, sin la concurrencia de otros condicionantes, no habría razón suficiente para justificar la distorsión estacional del tráfico, porque siempre es verano en alguna zona de la tierra.

También debe tomarse en consideración que las diferencias climático-ambientales entre los países emisores y receptores principales de turismo exterior (más septentrionales los primeros que los segundos) son en verano menos acusadas, y por tanto objetivamente menos inci-

tadoras a un desplazamiento que seguramente en cualquier otra época brindaría mayor satisfacción al sustituir un clima frío, duro y riguroso, por otro más benigno, soleado y cálido.

### **La organización del trabajo.**

La razón es claramente extraturística; es simplemente laboral. Durante el verano es cuando, normalmente, la organización del trabajo en todos los países tiene establecidos los turnos de vacaciones, lo mismo en el sector público (Administración) que en las empresas privadas. A medida que aumentan las rentas de trabajo, crece la demanda turística y se acentúa la estacionalidad.

Realmente no parece muy consecuente tal organización, pues si bien es cierto que en algunos países su período estival, con muy altas temperaturas, resulta incómodo para el desarrollo de las actividades laborales, no es menos cierto que en países nórdicos, de elevada renta y emisores netos de turismo exterior, el verano es suave y con condiciones climatológicas laboralmente quizá las óptimas del año.

Por otra parte, el progreso técnico pone actualmente a disposición de los locales de trabajo y de las viviendas privadas, medios y sistemas de acondicionamiento ambiental artificial que minimizan los efectos negativos que sobre la vida humana y su actividad de todo orden pudieran derivarse de las condiciones geoclimáticas naturales. Y ello en tanta mayor medida cuanto más alto sea el nivel de desarrollo socioeconómico del país, es decir, cuanto mejor cualificado esté para generar turismo exterior e interior.

Las curvas representativas de la productividad general y del turismo, tienen, sin duda, una correlación inversa. Una distribución más regular no hay duda que para ambas resultaría beneficiosa, pero de modo particular para el turismo oferente, que podría dimensionarse más racionalmente y realizar su explotación en mejores condiciones de economicidad.

Una carretera turística, una red de abastecimiento de aguas o de saneamiento, los alojamientos hoteleros y extrahoteleros etc., de una promoción turística, forzosamente deben proyectarse y realizarse con dimensión adecuada a la demanda máxima probable, so pena de perder

posible clientela o incurrir en riesgos desfavorables para el desarrollo turístico. Con la actual configuración de la demanda, es seguro que frente a etapa punta de saturación e incluso superutilización de la oferta disponible, hay otra, más dilatada en el tiempo —siempre refiriéndonos al año como módulo de medida— en que la infrautilización es manifiesta. Los coeficientes de utilización de la hostelería que antes citamos, son expresión clara de este hecho, del que evidentemente se resienten la productividad y la rentabilidad del negocio turístico oferente.

### Las vacaciones escolares.

Por lo que antes dijimos, no parece que hubiera obstáculos serios para que en todos los países —y en particular en los emisores de turismo exterior— pudiera establecerse una regular distribución de vacaciones laborales a lo largo del año. Sin embargo, hay una circunstancia que es, a nuestro modo de ver, decisiva para que la estacionalidad turística, con su marcada concentración estival, siga acusándose necesariamente.

Nos referimos a las vacaciones escolares. Estas sí que no pueden escalonarse, pues todos los alumnos de un curso han de comenzar y terminar sus estudios y cumplimentar sus asistencias a clase, al mismo tiempo. La organización familiar de nuestra sociedad es lógico que otorgue decidida preferencia a que sea la unidad familiar la que decida el tiempo de vacación anual para disfrutarla en común, todos juntos.

Por esta razón creemos que el escalonamiento temporal de vacaciones laborales, por el que muchos tratadistas han abogado en beneficio de una menos distorsionada distribución de las corrientes turísticas, no tendría sino en medida escasa la repercusión positiva que pudiera pensarse.

Es y seguirá siendo, por tanto, el verano, la época del año en que la demanda turística presentará su máxima intensidad generacional, lo mismo en uno que en otro hemisferio, en lo que la organización social no altere sus actuales condicionantes.

Los avances tecnológicos en el campo de los transportes —principalmente del transporte aéreo— podrán quizá a cierto plazo alterar algo esta distribución cuando se intensifiquen las corrientes de tráfico

de viajeros entre los hemisferios norte y sur, pero insistimos en que los trascendentes factores de localización geográfica de la densidad de población y de niveles de renta y desarrollo seguirá dando primacía absoluta a la generación del máximo tráfico turístico internacional en los meses centrales del año, es decir, a los de verano en el hemisferio norte.

### La concentración preferencial de la demanda en destino

Igual que la estadística demuestra la concentración estival de la demanda turística en cuanto a su génesis, también ilustra en cuanto a las preferencias de dicha demanda en cuanto a su destino.

En torno a este punto, las mismas cifras que antes se han expuesto y cuantas otras pudieron aportarse, indican de modo contundente la primacía de las zonas y lugares cálidos, soleados y de modo destacado, las playas.

Hay un claro predominio del turismo residencial sobre el itinerante. La gran masa turística elige un determinado lugar para permanecer en él durante el tiempo vacacional disponible y lo elige en su inmensa mayoría, buscando el mayor contacto físico posible con la naturaleza.

La vida cotidiana, en populosos núcleos, el trabajo dentro de edificios, la atmósfera cada vez menos satisfactoria de las ciudades, impelen con imperativo casi puramente biológico, de auto-defensa psicofisiológica, esa apetencia por espacios abiertos, dilatados paisajes y horizontes lejanos. Quizá opere también, subconscientemente, la ancestral consideración de deidades atribuidas al sol, al viento, al mar, que siguen conservando algo su prestigio de tales.

Es perfectamente lógico que este disfrute de la naturaleza se busque en donde más agradablemente pueda tener lugar y de aquí que los lugares cálidos, de pluviometría escasa, ciclos despejados y mar templado y apacible donde bañarse, sean los preferidos.

Las riberas del Mediterráneo constituyen, hoy por hoy, el gran centro de atracción del turismo internacional y, dentro de ese área preferencial, de condiciones naturales sensiblemente análogas, son Italia y España los países que figuran destacadamente en cabeza en cuanto a número de turistas.

Es cierto que la mayor proximidad geográfica de ambos países a

los grandes emisores turísticos de Europa Occidental ha influido favorablemente para que llegase a ellos antes que a otros más alejados, de la misma cuenca (Yugoslavia, Turquía, Grecia, Egipto, Argelia, etcétera) la onda expansiva del turismo emisor, pero el argumento es sólo válido en la medida que el turismo utilice exclusivamente medios de transporte terrestre para su desplazamiento; cuando se emplea el transporte aéreo —y en el turismo tal empleo está creciendo a ritmo vertiginoso— el factor distancia pierde progresivamente su importancia y, de no contar otras consideraciones en la decisión del turista que toma el avión en Londres, Oslo o Estocolmo, resulta prácticamente indiferente aterrizar en Nápoles, El Cairo, Estambul o en Torremolinos.

El éxito preferencial de España y de Italia ha de atribuirse a que en estos países, en mayor y más acelerada medida que en otros con recursos turísticos análogos, la oferta turística ha evolucionado con agilidad y agresividad, lo mismo en la esfera de actuaciones estatales que a nivel de iniciativas privadas, procurando que todas se desarrollen de modo coordinado.

Y la coordinación exige armonía y, por tanto, planificación, sin la cual aquélla solamente será azarosa y prácticamente improbable. Naturalmente a una organización planificada sólo es posible llegar tras contrastar experiencias que permitan eliminar o minimizar todo aquello que se revele inconveniente o adverso y, por el contrario, alentar e impulsar lo favorable. Es así como se camina hacia logros progresivos y cabe elaborar criterios cada vez más perfectos para conseguir continuidad y aceleración en el desarrollo.

### La experiencia española

En el Gráfico número 1, se representan las distintas regiones españolas, insulares y peninsulares, para las cuales se ha computado el número de turistas extranjeros que reciben; en cada una de tales zonas hemos indicado el tanto por ciento del turismo exterior total que le corresponde y el lugar en que, por tal cuantía relativa, resulta clasificada.

Obsérvese que con excepción de Madrid —punto singular por su condición de capital de la nación—, las regiones costeras e insulares están en la clasificación por delante de las regiones interiores. Tam-

bién excepcional es la posición de Galicia, que aun siendo región litoral de extraordinaria belleza, ha tenido hasta el presente graves problemas de acceso, tanto terrestre por carretera, como aéreo.

Dentro de las regiones costeras, las mediterráneas de más cálido clima que las atlánticas peninsulares, son las de participación turística más elevada. Entre Noreste, Baleares, Levante y Penibética, totalizan más del 55 por 100 del turismo exterior que España recibe anualmente.

En el Gráfico número 2 se representan las preferencias turísticas exteriores por una u otra de las regiones españolas, según nacionalidades, marcando aquéllas en que la nacionalidad respectiva obtiene un porcentaje de participación superior al coeficiente medio de preferencia del total turismo extranjero.

Debe llamarse la atención sobre cómo Francia, Portugal e Italia, países los más próximos a España no figuran con marca en las regiones Penibética, Baleares y Canarias, en las que por su distancia o condición insular no es el transporte terrestre el que utiliza el turismo. Aunque esta representación tiene un simple valor indicativo, entendemos que puede ser demostrativa de lo antes dicho respecto a la relación entre origen y destino de las demandas.

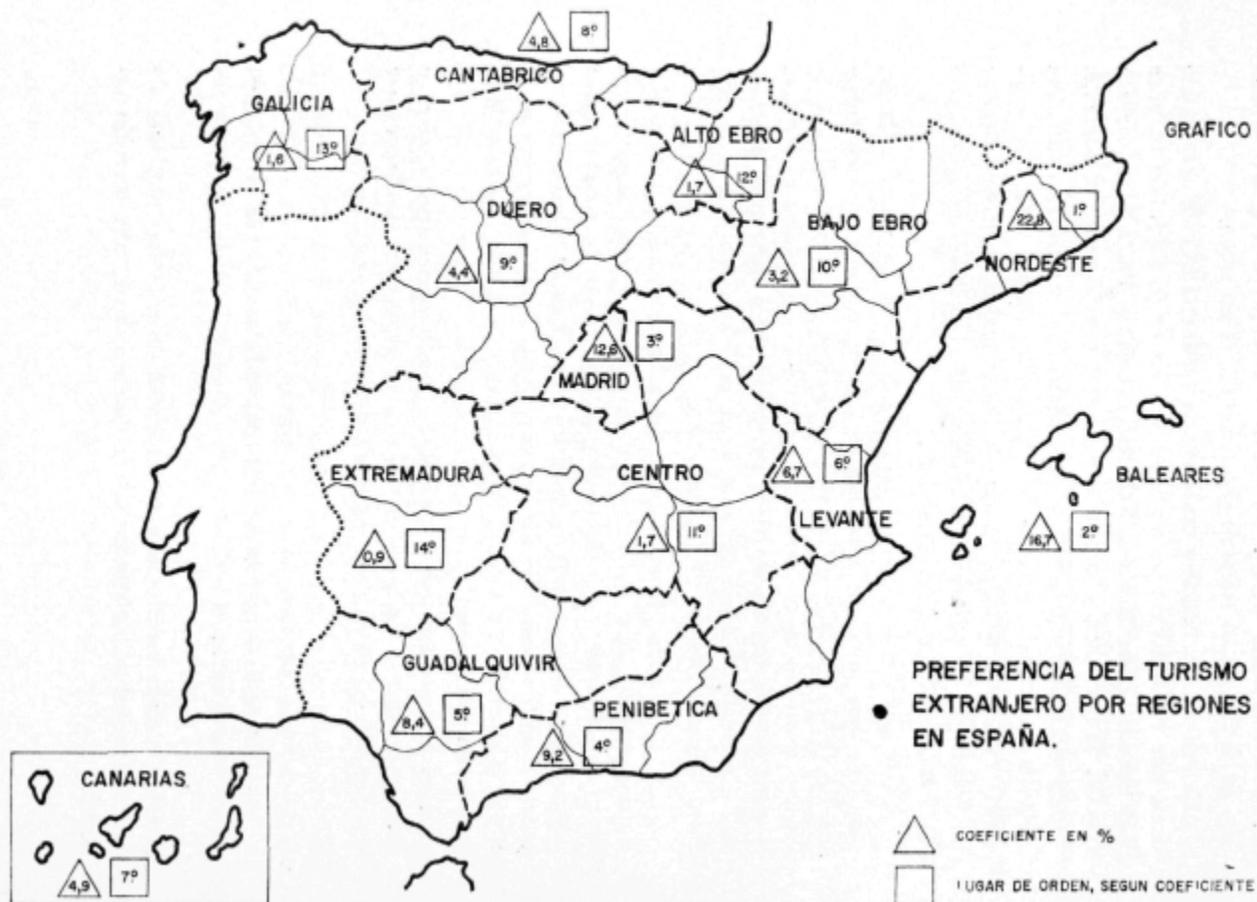
Una mayor puntualización en torno a las preferencias zonales del turismo exterior, se obtiene del Gráfico número 3, cuyos datos se refieren exclusivamente a la demanda que incide sobre las zonas costeras peninsulares (datos a nivel de municipios con litoral) y la franja fronteriza de los Pirineos. Más del 78 por 100 del total se concentra en la franja mediterránea y sube al 86 por 100 si se añade la Costa de la Luz (costa atlántico-sur).

Con este somero aporte de hechos, queda perfectamente claro y concluyente que las preferencias turísticas exteriores (se puede asegurar que también las del turismo interior) 'se acumulan masivamente:

- En la época estival.
- En zonas y núcleos de más característica explotación turístico-veraniega.

Hay motivo justificado para que se dedique a las estaciones de turismo estival y preferentemente a las marítimas, una atención especial.

GRAFICO N° 1



NACIONALIDADES \ REGIONES	REGIONES													
	GALICIA	CANTABRICO	ALTO EBRO	BAJO EBRO	NORDESTE	LEVANTE	PENIBETICA	GUADALQUIVIR	DUERO	CENTRO	MADRID	EXTREMADURA	BALEARES	CANARIAS
ALEMANIA					○								○	○
FRANCIA	○	○	○	○	○	○		○	○	○				
INGLATERRA					○								○	○
ITALIA				○	○			○		○	○			
PORTUGAL	○	○	○	○				○	○		○	○		
BENELUX		○	○		○			○	○				○	
ESCANdinAVIA							○						○	○
AUSTRIA					○			○	○			○	○	○
SUIZA					○								○	○
OTROS EUROPEOS					○		○	○			○	○		○
U.S.A. Y CANADA							○	○			○	○		
MEXICO Y CENTRO AMERICA	○	○						○			○			
AMERICA DEL SUR	○	○						○			○	○		
OTROS CONTINENTES							○	○			○			
% DE TURISMO EXTRANJERO QUE CORRESPONDE A LA REGION	1,6	4,8	1,7	3,2	22,8	8,7	9,2	8,4	4,4	1,7	12,6	0,9	16,7	4,9
LUGAR QUE OCUPA POR PREFERENCIA	13º	8º	12º	10º	1º	6º	4º	5º	9º	11º	3º	14º	2º	7º

GRAFICO Nº 2

PREFERENCIA POR REGIONES DEL TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA.

○ NACIONALIDADES QUE EN CADA REGION SUPERAN EL COEFICIENTE MEDIO DE PREFERENCIA RELATIVA DEL TURISMO EXTRANJERO.



GRAFICO N° 3

### PLANO DE ZONAS TURISTICAS

1. COSTA BRAVA (LITORAL DE GERONA)
2. COSTA DORADA (LITORAL DE BARCELONA Y TARRAGONA)
3. COSTA DE AZAHAR (L. PROVINCIAS DE CASTELLON Y VALENCIA)
4. COSTA BLANCA (LITORAL DE ALICANTE)
5. COSTA BLANCA B (L. MURCIA Y ALMERIA HASTA CABO DE GATA)
6. COSTA DEL SOL (L. ALMERIA DESDE C.DE GATA Y DE GRANADA)
7. COSTA DEL SOL B (LITORAL DE MALAGA)
8. COSTA DE LA LUZ (LITORAL DE CADIZ Y HUELVA)
9. RIAS BAJAS (L. PONTEVEDRA Y CORUÑA HASTA RIA DE MUROS)
10. RIAS ALTAS (L. DESDE RIA DE MUROS HASTA RIBADEO EN LUGO)
11. CORNISA CANTABRICA (L. OVIEDO, SANTANDER, VIZCAYA, GUPUZCOA)
12. PIRINEOS: ABARCA TODO EL TERRITORIO COMPRENDIDO ENTRE LA CORDILLERA PRINCIPAL Y LAS PARALELAS A ELLA ANCHURA MEDIA 100 KILOMETROS.

## Recomendaciones técnicas

Una estación turística de verano, habida cuenta de las características de la demanda que presumiblemente incidirá sobre ella, —a tenor de todo lo que hemos expuesto hasta ahora— debe tener una planificación proyectiva cuya, amplitud dimensional sea concordante con su racional capacidad potencial, función ésta, a su vez, de la categoría que se atribuya a la estación, en razón de sus condiciones o atractivos naturales.

### Dimensionamiento poblacional.

La estación turística veraniega más típica, es sin duda la de localización costera, sobre playa que constituye lo que pudieramos llamar su atractivo básico. Este sería, por tanto, el elemento patrón de medida para estimar la capacidad potencial de la estación en cuanto a población se refiere.

Evidentemente resulta muy difícil precisar dimensionamientos-tipo. Cuando se trate de playas naturales limitadas por accidentes litorales que la definan (de tipo cala o bahía) la cuestión se simplifica, pero en casos de playas lineales, abiertas, sin soluciones naturales de continuidad, la delimitación teórica de dimensión a adscribir a una estación, resulta problemática. No olvidemos que una estación turística propiamente tal, debe ser un complejo nucleado, con carácter de continuidad, dotado de todos los servicios urbanísticos y comunes que garanticen su autonomía.

A título meramente indicativo, podría aplicarse una fórmula tal que la siguiente.

$$D = \frac{L \cdot a}{d} \times R$$

en la que:

D= dimensión poblacional máxima óptima teórico-orientativa, de la estación.

L= longitud de la playa, en metros.

a= anchura útil de la playa, en metros.

d= dimensión superficial unitaria de playa por persona, en metros cuadrados.

R= coeficiente corrector expresivo de la relación entre población turística y población de servicio.

En nuestra personal opinión, el valor «L», desde un punto de vista turístico óptimo, no deberá exceder de cinco kilómetros para que la distancia máxima a cubrir cómodamente, sin necesidad de emplear medios mecánicos de transporte, no exija un tiempo superior a una hora.

Lo que en la fórmula se simboliza con la letra «d», puede tomar valores distintos según sea la categoría que para la estación se pretenda. Es fácilmente comprensible que cuanto menor sea este valor mayor será la densidad poblacional y, como regla general, la densidad y la categoría son variables inversamente correlacionadas.

Algo similar sucede con el valor del coeficiente «R», siempre superior a la unidad, y tanto más próximo a ella cuanto mayor rango y calidad tenga la estación y, consecuentemente, sus servicios de todo tipo.

En cuanto al valor de «a», vendrá impuesto normalmente por la propia topografía del terreno; cuando así no fuera, en ningún caso debe ser superior a 100 metros.

### **Dimensionamiento superficial**

Determinada la dimensión poblacional de la estación de verano, puede pasarse a la determinación de la dimensión superficial que a la estación debe adscribirse para su más perfecta planificación y ordenación. Como es lógico, también en este punto interviene la categoría o calidad que la estación vaya a tener. Normalmente, los tipos de densidad aconsejables son:

- en categoría de lujo, menos de 50 habitantes por Ha.
- en categoría media, entre 50 y 90 habitantes por Ha.
- en categoría baja, entre 90 y 120 habitantes por Ha.

Con ello se tendrán indicativamente definidas las macromagnitudes dimensionales básicas máximas-óptimas de la estación. Sobrepasarlas puede originar problemas de congestión, cuyos incómodos efectos no serían ciertamente favorables para la mejor explotación turística; no

alcanzarlas supone un demérito en el aprovechamiento integral de las posibilidades. Toda la planificación de la estación debe, pues, orientarse con este horizonte.

### Las vías de acceso

En un orden lógico de sistemática, la primera condición que una estación turística veraniega debe cumplir para configurarse como tal, es ser accesible, es decir, contar con vías que el turista pueda utilizar para llegar hasta ella cómoda y fácilmente. Igualmente se precisa, ya en el interior del recinto geográfico de la estación, un adecuado sistema de accesos a los distintos lugares. A todo este conjunto lo denominamos red viaria, y en ella cabe distinguir entre:

- vías de acceso, c. exteriores a la estación.
- vías urbanas, o interiores a ella.

Las primeras son las carreteras de tráfico rápido que conectan a la estación con otras carreteras principales o secundarias de la red viaria general del país.

En las vías urbanas deben distinguirse tres categorías:

- de penetración, en prolongación con la vía de acceso, para conducir el tráfico a través de la nucleación de la estación hasta la playa.
- de distribución, o red interior principal de enlace de las vías de acceso y penetración con los centros comerciales, residenciales, administrativos, etc., de la estación.
- de servicio, para dar acceso a las demás edificaciones privadas.

Las vías de acceso deben ser amplias y, preferiblemente, tener separadas las circulaciones de entrada y salida.

Las vías urbanas se caracterizarán de acuerdo con la topografía del terreno y con la dimensión y categoría de la estación. En cualquier caso es aconsejable que las pendientes no resulten superiores a un 8 por 100. En cuanto a la anchura de estas vías, dependerán de la intensidad media diaria (IMD), que previsiblemente soporten; las dimensiones mínimas recomendables para la anchura de calzada, son:

vía de acceso, siete metros, más arcenes de 1,50 metros a ambos lados.

vía de penetración, siete metros, más aceras a ambos lados.

vía de distribución, seis metros, más aceras a ambos lados.

vía de servicio, cinco metros (incluyendo una banda de aparcamiento).

En toda estación turística de verano debe prevenirse el tráfico peatonal, no sólo en la parte en que coexista con la red viaria, sino en aquellas que conviene tenga sustantividad propia, en tramos vedados al tráfico rodado. Tales son, un paseo marítimo —inexcusable en una estación de este tipo— o determinados sectores de concentración comercial.

### Aparcamientos.

En íntima relación con la red viaria están los aparcamientos, si bien la superficie a ellos dedicada puede oscilar en entornos de bastante amplitud, según la categoría de la estación y su localización respecto de otros núcleos de población.

A estos efectos, las relaciones que la experiencia parece indicar como más cierta en cuanto a presencia de vehículos en la estación, oscilan entre uno por cada dos habitantes y uno por cada cuatro. Los vehículos de visitantes no residentes se calculan en proporción, que varía entre un 10 y un 80 por 100, variación, como puede apreciarse, sumamente amplia, según la categoría de la estación y según la residencia sea unifamiliar, en edificación de bloque (apartamentos), hoteles o campings.

Las superficies de aparcamiento se deberán situar geográficamente de acuerdo con la distribución de los alojamientos y locales de servicios; los primeros (los de alojamiento) serán de índole privados, mientras que los segundos habrán de ser, normalmente, públicos.

Para las plazas de aparcamiento público a prever, la experiencia aconseja los siguientes valores medios:

En centros comerciales, el que resulte de aplicar la fórmula:

$$N.º \text{ de plazas} = \frac{C. S.}{20}$$

en la que «S» es la superficie, en metros cuadrados de los establecimientos comerciales a que el aparcamiento debe servir, y «C», un coeficiente variable (entre 2 y 4,5), según la categoría de la estación.

Para otro tipo de establecimientos, se aconseja una plaza de aparcamiento por:

cada 3 plazas de Restaurante.

cada 4 butacas de teatro o cine.

cada 4 espectadores en espectáculos deportivos.

cada 3 plazas en iglesias o lugares de culto.

En inmediación de la playa, una plaza por cada 20 metros cuadrados útiles de aquélla.

Para dimensionar superficialmente el aparcamiento, los baremos normalmente utilizados son:

por automóvil de turismo, entre 20 y 30 metros cuadrados.

por motocicleta, 2 metros cuadrados.

por autobús, entre 30 y 50 metros cuadrados.

Como es lógico, habrá de tomarse en consideración la distancia entre aparcamientos, teniendo en cuenta que la máxima entre aparcamiento y destino de la persona que usa aquél, no debiera exceder de 250 metros.

### Zonificación y edificabilidad

La armonía de la planificación de una estación turística de verano, en cuanto a su contexto urbanístico, ni que decir tiene que resulta fundamental para su óptimo desarrollo. Sólo una racional distribución en los usos del territorio, verificada a priori a modo de Ordenanzas generales, podrá asegurar esa armonía deseable. Tales ordenanzas en modo alguno deben ser un rígido corsé que dificulte la realización práctica de los distintos proyectos, sino normativa flexible dentro de límites generosos, pero suficientes para evitar anarquías y desorganizaciones.

Unas orientaciones cuantificadas en cuanto a zonificación o distribución de usos del terreno de la estación, recogidas de la experien-

cia, se resumen seguidamente, referidas a tanto por ciento de la superficie total:

A zona residencial y especial (comercial, recreativa, servicios públicos, etc.), entre el 78 y 47 por 100.

A viales entre el 10 y 18 por 100.

A aparcamientos públicos, entre el 2 y 5 por 100.

A zonas libres públicas (jardines, etc.), entre el 10 y 30 por 100.

En cuanto a coeficiente de edificabilidad, en viviendas, debe oscilar entre 0,5 y 6 metros cúbicos por metro cuadrado de parcela útil, según tipo de edificación; el mínimo correspondería a viviendas unifamiliares aisladas (chalets) en parcela mínima de 2.000 metros cuadrados, y la máxima, a viviendas colectivas en edificación cerrada. Para alojamientos hoteleros la edificabilidad deberá oscilar entre 3 y 6 metros cúbicos/metro cuadrado, según categorías; no sobrepasar los 2 metros cúbicos/metro cuadrado en moteles, ni los 0,10 metros cúbicos/metro cuadrado en campings.

#### Abastecimiento de agua y saneamiento

Extraordinario interés debe concederse en la planificación y ordenación de una estación turística veraniega al abastecimiento de agua. En modo alguno —si no se quiere correr riesgos realmente graves— deben admitirse programaciones que no aseguren, de modo fehaciente, que se dispone de caudales mínimos de 300, 250 ó 200 litros por habitante y día, o 18.000 a 20.000 litros por hectárea y día, según sea la categoría de más o menos alto rango.

No cede en importancia la cuestión de evacuación de aguas residuales y pluviales, habiendo de programarse con especial cuidado tanto la red general de alcantarillado como el sistema de depuración completa, química y biológica, de las residuales y los emisarios o colectores generales que llevan estas aguas a los puntos de vertido.

Es normal que en las estaciones veraniegas costeras el vertido se haga al mar; los emisarios, en tal caso, deben estar a no menos de cuatro metros bajo el nivel de la baja mar viva equinocial y el difusor más próximo a la línea de costa, en marea baja, deberá distar de

ella más de 200 metros. Sólo en vertidos por zona de acantilados y fondos marinos de rápida pendiente cabe reducir esa distancia.

### Energía eléctrica

Las necesidades de suministro de energía eléctrica deberán calcularse, para el servicio doméstico o domiciliario normal entre 150 y 300 vatios por habitante, según categoría de la estación y contarse con un consumo adicional de 20 vatios por metro cúbico de volumen edificado que se desee dotar de aire acondicionado o calefacción. Este último servicio (calefacción) debe preverse en dimensión adecuada para el servicio a cubrir en temporada no veraniega, en que descienden los coeficientes de utilización de los alojamientos.

Para alumbrado público cabe estimar como cifra orientativa unas dotaciones del mismo orden que para el consumo domiciliario.

### Servicios comunes

Sobre ese esquema de actuaciones básicas, se habrá de superponer todo el conjunto de servicios comunes, distintos en variedad, dimensión y categoría, según cuál sea la de la propia estación turística de que se trate, encuadrados en:

Equipo comercial.

Equipo deportivo-recreativo.

Equipo administrativo.

Equipo sanitario.

Equipo cultural.

Equipo general (culto religioso, comunicaciones, limpieza, incendios, etc.).

Aunque de pasada hemos aludido al tema, no estará de más insistir con énfasis en que las instalaciones y servicios que se proyecten en las estaciones turísticas de verano deben tener en cuenta —porque ello repercute directa y sensiblemente sobre los resultados de la explotación— la acusada estacionalidad de la demanda que van a servir. Por tanto, en la medida que sea posible, conviene prever disposi-

tivos o estructuras que reduzcan o amplíen la capacidad de servicio, buscando que el volumen de costes fijos de explotación se adecuen con los ingresos reales de la misma (hoteles, alumbrado público, servicios de comunicaciones, comercios, etc.).

### Organización de planificación

La planificación económica no es un lujo ni un alarde de caprichoso tecnicismo, sino una necesidad derivada del propio desarrollo. A medida que se avanza en el camino de la prosperidad, los procesos de todo orden ganan en complejidad y sus interrelaciones se multiplican. Hoy ha perdido toda su vigencia la vieja máxima del «laissez fair, laissez passer» y aquella mano invisible que, en opinión de Adam Smith, procuraba por sí misma la perfecta acomodación de factores y estructuras, tiene demasiado trabajo y hay que prestarle ayudas que remedien su inoperancia o, por lo menos, su lentitud.

Cuanto más factores intervienen en un proceso y más relaciones, por tanto, guarda con otros, más necesario resulta prever y planificar. En nuestra opinión, no hay ninguna otra actividad socioeconómica que entrañe más factores e interrelaciones que el turismo y por eso su planificación de oferta reviste particular interés.

Las estaciones turísticas de verano constituyen una determinada modalidad de oferta, pero de proyección tan amplia que en su específica consideración tienen cabida prácticamente todos los aspectos y cuestiones de la problemática turística general.

La planificación no es sino la expresión anticipada de un propósito de coordinación racional, en orden a la más perfecta consecución de ciertos objetivos. Naturalmente para que esa coordinación pueda tener realidad efectiva ha de contar con el consenso de quienes van a ejecutar las obras y acciones.

Consideramos obvio señalar que la planificación específica de una estación de verano deberá encuadrarse en el marco amplio de la planificación turística general del país, si es que ésta —cuál sería conveniente— existiese.

De la enumeración de obras e instalaciones que comprende una estación turística de verano, se deduce la concurrencia de competencias más o menos diversificadas según la magnitud de la estación. Aun

en los casos en que la totalidad del proyecto se promoviera y ejecutara privadamente por una sola empresa —caso poco frecuente por las elevadas exigencias de inversión que entrañan normalmente estas estaciones—, siempre habrá determinadas orbas exteriores (accesos principales en conexión con la red general de carreteras, puertos y aeropuertos, conducciones generales de abastecimiento de agua y d energía eléctrica, etc.) de competencia del sector público, con las que las de la propia estación necesariamente se relacionan y subordinan. La participación conjunta, pública y privada, en la planificación es pues obligada en cualquier caso y tanto más cuanto que siempre las autoridades administrativas de ámbito local, regional o nacional son las que tienen potestad para autorizar o negar la realización de los proyectos, a tenor de las disposiciones legislativas que esas mismas autoridades están encargadas de hacer cumplir.

Cuando, como es el caso más general, en la realización de una estación turística van a intervenir distintos promotores privados, difícilmente se podría integrarlos —ni siquiera conocerlos— previamente para que, junto con el sector público, participaran en la planificación indicativa y ordenadora.

Corresponderá, pues, acometer esa iniciativa al sector público y, de modo concreto, al organismo que en tal sector ostente la competencia sobre las actividades turísticas. Aun a este máximo nivel gubernamental, las competencias ejecutivas en las tan múltiples y diversas cuestiones que intervienen en la problemática turística, están residenciadas en distintos organismos de la Administración Central del Estado. Es por tanto, inexcusable por conveniente la existencia de un ente específico que coordine esas dispersas competencias en orden a configurar y definir un conjunto armónico de compromisos previos.

El plan indicativo promocional que este ente realizará se limitará —en el caso de una estación turística de verano— a estimar sus dimensiones poblacionales y dimensionales máximas, a determinar las obras de infraestructuras básicas interiores de la estación o exteriores, pero relacionadas con ella, cuya programación y ejecución sería cuenta del sector público (señalando distribución temporal de inversiones y obras) y a fijar un esquema general de ordenanzas urbanísticas y de servicios, a observar por las iniciativas privadas.

Puede y debe incluir este plan un capítulo especial dedicado a la estimación de la demanda turística y su evolución futura en la esta-

ción. En realidad tal estudio será el que justifique la conveniencia de la promoción, toda vez que será la previsión de demanda y de ingresos probables la que en relación con los costes de realización y de explotación permita el cálculo aproximado de las expectativas de rentabilidad.

Debe contener el plan, en su caso, un detalle de las ayudas crediticias especiales que la Administración pública esté dispuesta a conceder a los promotores privados en la financiación de sus particulares proyectos, así como los beneficios fiscales a lograr y, en definitiva, cuanto pueda contribuir a que la estación turística veraniega tenga venturosa realidad. La planificación debe ser vinculante para el sector público, en las realizaciones que a éste competen, e indicativa al par que atractiva y sugerente para el sector privado.

Cuanto aquí decimos de la planificación lo hemos referido a estaciones turísticas veraniegas de nueva creación. No es así como han surgido al auge turístico muchos de los centros turísticos veraniegos, casi siempre apoyados en núcleos de población autóctona y caminando la promoción de ofertas a remolque, en cierto modo, de las exigencias de la demanda. Nos atrevemos a decir que en todos ellos tienen o han tenido graves problemas que afrontar y que gravitan como espada de Damocles sobre la prosperidad de los negocios turísticos allí instalados: especulación, congestión, promiscuidad no grata, insuficiencias de servicios, etc.; hechos todos que no hubieran aparecido si la estación se hubiera ordenado ajustada a una planificación previa.

En todos esos casos, sin excepción, ha habido necesidad de regulaciones ordenadoras «a posteriori», cuya virtualidad evidentemente no puede ser la misma que cuando se establecen «ex-ante».

El turismo, por su propia esencia, es extraordinariamente versátil. El progreso tecnológico va mermando a tremenda velocidad la influencia de un factor, el coste-distancia, que hasta el momento ha jugado —y aún jugará por algún tiempo— papel decisivo en la configuración de los tráficos de destino de la demanda turística. Los recursos naturales inéditos que poner en valor para establecimiento de estaciones turísticas de verano son todavía de tremenda magnitud y por ello la prosperidad y el desarrollo más acelerado será para aquéllas que acierten a configurar su oferta en las más favorables condiciones competitivas.

## RESUME

PABLO GONZÁLEZ LIBERAL: *Les stations touristiques d'été et leur planification*

L'auteur formule des considérations préalables sur l'importance quantitative du tourisme d'été, basées dans l'examen des données statistiques d'entrées de touristes, nombre de nuitées hôtelières et coefficients d'occupation d'hôtels, suivant les mois de l'année, dans différents pays. Il expose les arguments qualitatifs suivant lesquels la concentration de la demande touristique pendant les mois du centre de l'année—correspondants à l'été dans l'hémisphère Nord—est un phénomène dont on n'entrevoit pas la disparition à court ou moyen délai. L'expérience espagnole est objet d'allusion spécifique.

La deuxième partie de l'article est dédiée à la planification des stations touristiques d'été, spécifiant des propositions de formules pour déterminer leur dimension territoriale et de population; modules empiriques de caractéristiques quant à l'équipement urbanistique de base: accès, dotation en eau et électricité, assainissement, coefficient de construction, parkings, distribution du sol, suivant ses usages, etc., le tout autour d'étendues variables en fonction de la catégorie ou rang touristique qu'on désire donner à la station.

## SUMMARY

PABLO GONZÁLEZ LIBERAL: *The planning of tourist summer resorts.*

The author states some previous considerations with regard to the quantitative importance of summer tourism which are built upon the exam of statistical data of tourists entrances, number of night stays and coefficient of hotel occupancy, according to the different months of the year in diverse countries. The qualitative arguments are laid out in the sense that the concentration of the tourist demand which takes place at the months in the middle of the year—corresponding to summer in the northern hemisphere—is an established phenomena which will last for a long term. The spanish experience is specifically referred to.

The second part of the article is based in the planning of summer tourist resorts, disclosing proposals of profiles for its territorial and demographic dimensioning; empiric patterns of characteristics equipment: accesses, water and power outfits, drainage or sewerage, coefficients of building conditions, parking spaces, soil allotment according to usages, etc., the whole in neighborhood of variable magnitudes, according to the category or rank which the tourist station might be assigned.

## ZUSAMMENFASSUNG

PABLO GONZÁLEZ LIBERAL: *Die touristische Sommeraufenthaltsorte und seine Planung.*

Zunächst formuliert der Verfasser Betrachtungen über die Qualitätsbedeutung des Fremdenverkehrs im Sommer in Verhältnis zum Gesamtbesuch der Touristen, die Zahl der Übernachtungen im Hotel und Koeffizient der Hotellsbesetzung in den verschiedenen Ländern während der verschiedenen Monaten des Jahres. Auch werden die Beweisgründen dargelegt, in Betracht auf die Konzentrierung der touristischen Nachfrage auf die im Mittelpunkt liegenden Monaten des Jahre:—die in der nordischen Halbkugel dem Sommer entsprechen— das ein Phänomen ist,

dessen Verschwinden —ob kurz— oder langfristig— nicht gehnt werden kann. Die spanische Erfahrung ist Gegenstand einer spezifischen Anspielung.

Der zweite Teil der Arbeit handelt besonders von der Planung der touristischen Sommeraufenthalten, Gleichfalls werden hier in einzelnen Formaten vorgeschlagen über seine Gebiets- und Bevölkerungsausdehnung. Auch werden empirische Vorbilder mit verschiedenen Merkmalen in Anbetracht der städtebaulichen Ausrüstung ausgeführt: Zutritten, Ausstattungen mit Wasser und Energie, Sanierung, Koeffizienten von Erbaumöglichkeiten, Verteilung des Bodens nach den verschiedenen Gebräuchen usw. Alles wird veränderlichen Grössen unterstellt in Anbetracht der touristischen Kategorie oder Rang, der den Aufenthalt ergibt.