

16. El turismo en España y su significado geográfico. Los atractivos turísticos como factor de desarrollo en Castilla y León.

1.- Importancia económica de la actividad turística.

2.- Potencial turístico de España.

2.1.- Recursos naturales.

2.2.- Recursos culturales.

3.- La diversidad de espacios turísticos.

3.1.- Áreas tradicionales.

3.2.- Nuevos modelos turísticos.

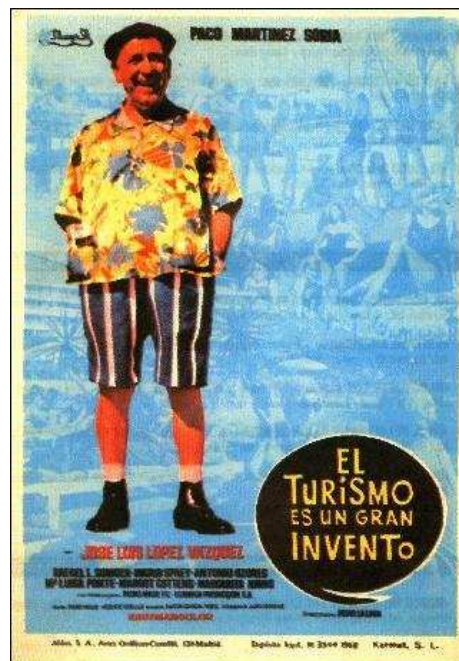
3.3.- Las áreas no turísticas y sus atractivo potencial.

4.- El impacto socio – económico y territorial de las actividades turísticas.

4.1.- Ventajas socioeconómicas desde el punto de vista socioeconómico.

4.2.- Actividad turística y deterioro ambiental.

5.- Diversas modalidades de turismo en Castilla y León.



1.- Importancia económica de la actividad turística.

Turismo es el desplazamiento de población por razón de ocio, esparcimiento, salud, cultura,... y se relaciona con actividades como el descanso, el deporte, el termalismo,... Desde la antigüedad se realizan desplazamientos de las clases privilegiadas. En España el fenómeno comienza a institucionalizarse en los años 20 con la creación de organismos oficiales y los primeros Paradores. En los años 50 se creó el Ministerio de Información y Turismo debido a la importancia de esta actividad que equilibraba la balanza de pagos.

En España hay muchos **factores que favorecen el turismo: clima, fauna y flora, recursos paisajísticos, playas, ríos, montañas, aguas termales,...** y factores humanos como la generalización de las vacaciones de los trabajadores, la publicidad, las oficinas de turismo en el extranjero, infraestructuras de transporte (aeropuertos, autopistas,...) los tour operadores, una importante red hotelera y la proximidad a países ricos.

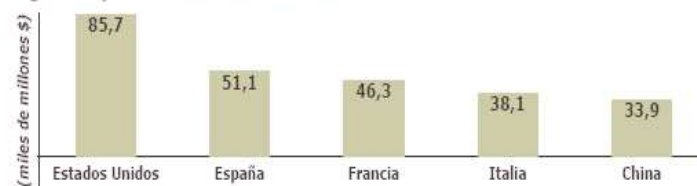
En los **años 60 España era un país muy barato** por el bajo valor de la peseta, las fluctuaciones de ésta han repercutido en los ingresos y el número de turistas. También ha influido la cercanía de países vecinos con alto nivel de renta, que sólo han frenado su afluencia a España en épocas de crisis (petróleo) o cuando la peseta ha estado muy alta.

La **entrada en la UE** supuso un **notable incremento del número de visitantes** y de ingresos. Se llega a los 40 millones aunque los ingresos no aumentaron mucho por el alto valor de la peseta a finales de los 80.

En los **90** asistimos a un importante **descenso por la crisis del 93**, aunque se recuperó y en los últimos años se han superado los 50 millones de turistas (60 millones en 2007), la segunda receptora mundial tras Francia y por encima de EE.UU. En ingresos también España es la segunda potencia mundial, esta vez sólo por detrás de EE. UU. (51.100 millones de \$). Supone el 12 % del PIB.

RANKING 2006		
1	Francia	79.083.000
2	España*	58.190.500
3	EEUU	51.063.000
4	China	49.600.000
5	Italia	41.058.000

Ingresos por turismo internacional



En los próximos años habrá que apostar por nuevas fórmulas que atraigan un turismo de calidad, como el turismo rural, los hoteles de lujo, una oferta de servicios que llene todo el tiempo de ocio,...

La **procedencia** de los turistas es en su mayoría (90 %) **de la UE** (R.U. [16%], Francia, Alemania,...) y un pequeño porcentaje de EE.UU., resto de América y extremo oriente. En los últimos años es significativa la llegada de turistas procedentes de los países del Este. No hay que olvidar que la mitad del turismo es interior, los propios españoles que se desplazan de vacaciones o viajes más cortos.

2.- Potencial turístico de España.

El espectacular desarrollo del turismo en España se debe a que cuenta con abundantes y variados recursos que hacen de nuestro país un destino especialmente atractivo para el turismo internacional.

a. Los recursos naturales.

España es, en términos naturales, una especie de continente en pequeño, dada su gran variedad de medios físicos, y esto le proporciona fuertes atractivos turísticos.

El mayor atractivo para los turistas extranjeros y españoles es la **abundancia de costas** con excelentes playas y buenas **condiciones climáticas** (abundante insolación); el turismo litoral o «de sol y playa» sigue predominando de manera abrumadora. No obstante, actualmente tiene también gran atractivo la **diversidad paisajística española**, sobre todo aquella que va unida a un relieve de montaña, donde además se pueden practicar tanto deportes de verano –senderismo, montañismo– como deportes de invierno –esquí, sobre todo–. A ello se une una variedad de ecosistemas y el atractivo turístico de los espacios protegidos.

b. Los recursos culturales.

Otro de los atractivos turísticos de España lo constituye el caudal cultural acumulado a lo largo de su historia. Está constituido sobre todo por un **patrimonio artístico** (ciudades patrimonio de la Humanidad, cascos históricos, museos...). A ello se suman determinadas **rutas** de carácter

histórico-artístico y en ocasiones también religioso, como la del Camino de Santiago, con sus ramales, entre los que destaca la ruta de la Plata. En los últimos años se están construyendo además en las ciudades más importantes de cada región edificios emblemáticos dedicados a la celebración de Congresos de diverso tipo, de festivales teatrales, musicales, etc., que han ampliado los motivos de atracción turística de un gran número de ciudades españolas.

También son importantes los **atractivos folklóricos**. Muchas ciudades e incluso pueblos que disponen de fiestas muy características de naturaleza normalmente religioso-profano (Semanas Santas, Feria de Sevilla, Sanfermines, etc.).

3.- La diversidad de espacios turísticos.

3.1. Las áreas tradicionales.

Son aquellos espacios en los que se desarrolla el turismo masivo entre los años sesenta y ochenta y que hoy sigue teniendo un gran atractivo.

a. la polarización espacial del turismo en las áreas tradicionales y sus causas.

Un rasgo distintivo del espacio turístico español es su fuerte **polarización**, pues la inmensa mayoría de las zonas especializadas en la actividad turística, con una cierta continuidad en el territorio, se localiza en el reducido espacio del **arco mediterráneo** desde la frontera francesa hasta Gibraltar, al que se ha de añadir la costa de la bahía de Cádiz, las **islas** Baleares y las Canarias.

A su lado, la **costa cantábrica** presenta una intensidad y una continuidad mucho menor, de igual manera que sucede con el **turismo de montaña** y, más aún, con el **turismo rural**, solamente iniciado en pocos puntos con cierta garantía. Por lo demás, también hay que contar con el caso singular de Madrid y de ciudades de **turismo cultural** como Toledo, Salamanca, Zaragoza, Sevilla, Granada y Santiago de Compostela. Esta localización tan restringida de las zonas turísticas obedece a determinados **factores**:

Esencialmente responde a un **factor físico**: la mayoría de los visitantes europeos y muchos de los nacionales demandan sobre todo **sol y playa**, elementos que se unen en el Mediterráneo y en las Islas Canarias. Ahora bien, la mayor o menor densidad turística dentro de tales zonas se debe a **factores humanos**. Así, por ejemplo, determinados “huecos” (el menor desarrollo turístico de la costa murciana y almeriense) en la ocupación turística se explican por la inexistencia de buenas **comunicaciones**. De igual manera, en la costa mediterránea la opción turística ha sido más decidida en aquellos espacios en que no existía apenas huerta y estaban dominados por un secano de escasas posibilidades agrarias, por lo que el turismo se presentaba como una **alternativa económica** de gran solidez. Y, a otro nivel, influye también la propia tradición turística anterior, aunque fuera restringida y de calidad; es el caso de Costa Brava, Baleares, Málaga, Alicante o, a otra escala, de Santander o San Sebastián, donde se desarrolla lo que previamente ya existía.

b. La diversidad dentro de las áreas tradicionales.

Pero dentro de las zonas y lugares turísticas hay que diferenciar **tipos diversos** según su duración, la función específica y el propio tipo de la demanda.

Existe un tipo de **zonas turísticas de temporada**, sobre todo estival, que son aquellas más cercanas a Europa, pero cuya temperatura invernal es algo más fría que en las zonas meridionales. Es el caso de las Baleares, La Costa Brava y la Costa Dorada.

A su lado, existen unas **zonas o lugares turísticos estabilizados**, es decir, que tienen una ocupación turística a lo largo de todo el año. Se pueden diferenciar lugares de **visitas puntuales**, como Granada, Córdoba, Sevilla, Toledo, Madrid y Salamanca, y zonas turísticas de **estancias prolongadas**, como sucede en Las Canarias, Costa Blanca de Alicante, Costa del Sol de Málaga y la propia ciudad de Madrid.

También existen **refugios de la "jet"**, adonde acude un abigarrado conjunto de aristócratas, artistas, etc., para cumplir con lo que se denomina el turismo-exposición. Es el caso de Ibiza o de Marbella. Tales lugares poseen un evidente interés geográfico, pues suelen ser centros difusores del turismo, masivo ya, hacia sus zonas colindantes.

Finalmente hay que reseñar los **espacios de ocio del turismo nacional**, en el que se han de diferenciar dos modalidades. Una es la correspondiente a los **fines de semana** (Sierra de Madrid, Pirineo Catalán y zonas inmediatas a las ciudades de más de 100.000 habitantes, que aparecen salpicadas de residencias secundarias. La otra es la de **verano o vacaciones**, que coincide con las del turismo internacional, si bien con algunas peculiaridades: mientras que a las islas acuden grupos más restringidos y con gran capacidad adquisitiva, la costa cantábrica tiene más atractivo que entre los extranjeros; por otro lado, se usa más el apartamento o chalet, propio o alquilado, que el hotel, y se hace menor uso de los restaurantes.

Del estudio de los alojamientos se puede deducir una serie de **características sobre las principales áreas receptoras**:

El mar y las playas son los principales centros de atracción. En el interior el turismo queda limitado a Madrid y algunas ciudades históricas (Toledo, Segovia, Ávila, Granada,...) que son visitadas, por un día o durante horas, por los turistas que se alojan en las playas o Madrid.

Dentro de las zonas costeras son más visitadas las más soleadas. El litoral mediterráneo y los archipiélagos son el eje fundamental del turismo en España.

Por su importancia económica destacan las siguientes zonas:

A.- Zona de Madrid y sus alrededores. La capital constituye el principal centro turístico de España. Concentra las mejores instalaciones hoteleras y de ocio, que atraen sobre todo a los turistas a quienes no interesan especialmente los lugares de veraneo. Su industria hotelera trabaja con un alto coeficiente de ocupación. Los Museos (triángulo Prado – Reina Sofía – Thyssen) y el recinto ferial Juan Carlos I son dos buenas bazas de la oferta turística madrileña. Su influencia llega a ciudades históricas próximas: Toledo, Segovia, Ávila,...

B.- Barcelona. Por su importancia arquitectónica (Gaudí) y sobre todo después de la Olimpiada de 1992, la capital catalana se ha convertido en la segunda ciudad más visitada de España.

C.- Costa Mediterránea. Incluye las denominadas Costa Brava (Gerona), Dorada (Tarragona), de Azahar (Castellón y N de Valencia), Blanca (Valencia y Alicante) y Cálida (Murcia). En su conjunto es la mayor zona turística del mundo. En un principio fue zona de veraneo de carácter marcadamente nacional, hoy se ha transformado en área de destino de las migraciones estivales procedentes de Francia, Reino Unido, Centro Europa y últimamente Rusia. Enclaves emblemáticos de esta zona son Salou (Port Aventura), Gandía, Benidorm, La Manga, Oropesa, Torre Vieja, Santiago de la Ribera,...

D.- Las Islas Baleares. Cuentan con una gran tradición turística y es la zona más próxima a la saturación. Las comunicaciones marítimas y la escasez de agua potable son dos graves problemas que debe superar.

E.- Andalucía. Incluye la Costa del Sol (de Almería (Costa Tropical) a Cádiz: Torremolinos, Marbella, ...) y la Costa de la Luz (Huelva: Matalascañas, La Antilla, ...) originariamente orientada al turismo familiar de origen nacional y hoy recibe un turismo de todo el mundo que exige alta calidad. Otra zona que recibe un masivo turismo nacional e internacional es el triángulo Sevilla – Córdoba – Granada, por ser el mejor conjunto de arquitectura árabe medieval y por su peculiar folclore.

F.- Canarias. Es el área española de turismo invernal por excelencia. Está dotada de una base excepcional por sus instalaciones hoteleras. Comenzó en los años 60 en Tenerife y Gran Canaria y hoy se ha extendido al resto del archipiélago.

G.- El Norte. Desde San Sebastián a las Rías Baixas (Asturias: Costa Verde). Es zona de turismo fundamentalmente estival y preferentemente de clientela nacional.

H.- Las ciudades de la Meseta realizan una considerable aportación de turismo de paso y cultural entre las zonas antes señaladas y en el tránsito por carretera hacia Portugal.

No obstante, y a pesar de la aparente diversidad, el denominador común de la oferta turística, aproximadamente en un 70 %, es la modalidad Sol y Playa.

3.2. Nuevos modelos turísticos.

Junto al turismo tradicional de sol y playa, y sin alcanzar aún su importancia, están desarrollándose nuevos modelos turísticos. Así, frente al turismo de playa mediterránea, se extiende cada vez más el turismo de **costa cantábrica**, con un clima más suave, aunque no tenga asegurado el sol, y cercano a paisajes más atractivos visualmente.

En el turismo de interior destaca cada vez más el **turismo de montaña**, que se extiende progresivamente por los Pirineos catalanes y aragoneses, y en menor medida por el resto de los sistemas montañosos, aprovechando las diversas posibilidades de actividades en invierno y en verano que ofrecen estos parajes. Finalmente se está desarrollando, sobre todo en el interior, aunque no en exclusiva, el **turismo rural** y el **ecoturismo**, que se aloja en casas de labranza, que utiliza rutas verdes a caballo o en bicicleta, practica el senderismo o visita espacios naturales protegidos, buscando con ello un contacto con la naturaleza y con la vida humana más tradicional. Esta modalidad se ha desarrollado sobre todo en Navarra y está en aumento en otras regiones, como Castilla y León, Aragón y Extremadura

.3.3. Las áreas no turísticas y su capacidad de atracción turística.

Dentro de las áreas no turísticas –en las que esta actividad económica tiene un carácter puntual en el espacio y una reducida incidencia económica– existen espacios con una atracción potencial que podría hacerse realidad si se les dota de los recursos necesarios: organización, infraestructura de alojamiento, comunicaciones y equipamientos adecuados, además de la publicidad.

En el caso del **medio rural**, éste puede resultar atractivo para los habitantes urbanos que buscan el contacto con la naturaleza. Para ello sería necesario que, además de las infraestructuras señaladas, se extienda socialmente la valoración de la diversidad de combinaciones entre elementos naturales humanos e históricos que los paisajes rurales representan, tanto en sus espacios productivos como en sus núcleos de población más o menos originales. Por otro lado, al tratarse de una oferta turística dispersa se haría necesaria la coordinación entre núcleos cercanos tanto para darse a conocer como para organizar actividades lúdicas o culturales que puedan resultar atractivas a capas más amplias de población.

La potencialidad turística de los **núcleos urbanos** no situados en las áreas turísticas está desarrollándose en gran medida, pues una gran parte de ellos cuentan ya con planes estratégicos de desarrollo que integran el conjunto de sus cascos históricos como fuentes de dinamización de su economía urbana y como reclamos publicitarios. Ello debería completarse con una gama lo más amplia posible de actividades culturales y artísticas, así como con una plantilla de guías y rutas que completen los aspectos culturales con los gastronómicos.

También los **espacios de alta montaña**, unidos con frecuencia a espacios naturales protegidos, presentan una gran potencialidad para un determinado tipo de turismo, tanto el amante de la naturaleza, como el que practica el esquí, si bien en este último caso la buena organización espacial es fundamental para evitar que con las aglomeraciones se produzcan daños en los medios naturales. Por ello se trataría de otro tipo de turismo, menos masivo y que ocuparía el espacio de forma discontinua.

El impacto del turismo en el espacio se manifiesta sobre todo en el desarrollo de infraestructuras de transportes,

4.- El impacto socio – económico y territorial de las actividades turísticas.

4.1.- Ventajas e inconvenientes desde el punto de vista socioeconómico.

El impacto del turismo en el espacio se manifiesta sobre todo en el desarrollo de infraestructuras de transportes, en el acondicionamiento del propio espacio turístico –tanto en el interior del mismo como en las zonas inmediatas–, así como en la atracción inmigratoria sobre la población cercana. A ello hay que añadir sus repercusiones sobre el medio ambiente.

a. La modificación en la red de transportes.

La organización de las redes de comunicaciones se ha modernizado y transformado en función de los intereses turísticos, especialmente en las zonas costeras, a las que se pretende dotar de buena accesibilidad. La creación de la *autopista del Mediterráneo* se debe al papel que estaba llamada a desempeñar la costa mediterránea en la atracción de turistas, de igual manera que muchos de los aeropuertos de esta zona y, muy especialmente, de las diversas islas mediterráneas y atlánticas deben su importancia al turismo. Además en el futuro inmediato juega también un papel importante el desarrollo de los trenes de alta velocidad, así como la creación de una nueva red de puertos deportivos de calidad, destinados a una clientela selecta.

b. Acondicionamiento del espacio turístico.

El desarrollo del turismo ha provocado una **urbanización intensiva de los lugares costeros** (“*marbellización*”), dando lugar a la consolidación de *conurbaciones* en amplios tramos costeros. Se han creado auténticas ciudades, al menos en su morfología, con grandes volúmenes de edificación, con torres elevadas de muchos pisos, aprovechando avariciosamente el terreno, sin que se hayan dejado apenas espacios verdes o formando auténticos muros de cemento justamente al lado de las playas. Esta ocupación del territorio se ha realizado generalmente sin un marco planificador previo –con la excepción notable de Benidorm, primer municipio turístico español en desarrollar un plan urbanístico en los años sesenta–.

Entre sus efectos más negativos destacan:

- La acentuación de los *desequilibrios territoriales* entre un eje lineal paralelo a la costa, con alta densidad de población, más puestos de trabajo y mejores equipamientos, y las tierras del Interior, poco pobladas, con escasez de empleos y peor equipadas.
- La *masificación*, especialmente en ciertos meses del año, que dificulta el uso sostenible de los recursos naturales —sobre todo el agua—, y agrava los problemas medioambientales.

c. Capacidad fijadora de población en el espacio.

Las zonas turísticas –sobre todo aquellas que se sitúan dentro o al lado de comarcas o provincias económicamente menos desarrolladas– han tenido la gran virtud de contribuir a la fijación de la población en el espacio, impidiendo la *emigración* de contingentes importantes de personas que han encontrado empleo en el propio sector turístico o en el de la

construcción. Al lado de esta población, constituida sobre todo por adultos jóvenes o adultos maduros, existe además una *inmigración* de personas mayores o jubilados, procedentes de Europa o de territorio nacional, a la que se unen empresarios o profesionales acomodados que pueden llevar sus negocios a distancia.

4.2. Actividad turística y deterioro ambiental.

El turismo inicialmente ha tenido un indudable papel **destructor del medio ambiente**, sobre todo en gran parte de la Costa Mediterránea. Ello se debió tanto a la urgencia en satisfacer una demanda turística en continuo aumento en medio de una tolerancia constructiva excesiva, como a que el turismo de masas de esa época no exigía más que la existencia de sol y playa y que los precios fueran baratos.. Estas repercusiones se concretan en la destrucción, por ocupación, de espacios naturales de gran valor paisajístico o ecológico (Albufera, salinas y dunas de Torre Vieja, la Manga del Mar Menor, Doñana amenazada por la urbanización de Matalascañas...), en la contaminación de las aguas costeras por los residuos urbanos sin depurar, el agravamiento del déficit hídrico, la contaminación de playas y bosques...

Hoy, sin embargo, pasada esta primera fase y allá donde la recuperación es más factible, el turismo se está convirtiendo en un **regenerador** de la preocupación por el medio ambiente, sobre todo porque la conciencia ecológica de los turistas está aumentando y, por ello, se alejan de aquellas zonas que, sin ofrecer los precios baratos de antes, tampoco ofrecen ahora posibilidades de contacto gratificante con la naturaleza. Ejemplos en tal sentido existen ya en determinados lugares de las Islas Canarias -de la mano del arquitecto César Manrique- y en la propia Costa del Sol, que, por otro lado, tiene la ventaja de estar al pie de una montaña que proporciona agua abundante y espacios naturales.

5.- Diversas modalidades de turismo en Castilla y León.

El turismo es una de las principales apuestas de futuro de Castilla y León, por su capacidad para generar desarrollo económico e incrementar el empleo, así como para mantener la población rural y elevar la calidad de vida de los habitantes de esos espacios.

En los últimos años **ha crecido considerablemente** el número de turistas que visitan la región, aunque no alcanza aún la importancia que tiene en otras regiones españolas. La participación del turismo en el VAB regional se mantiene en torno al 7%; en términos de empleo, se acerca al 6% de la población ocupada en la región.

El turismo cultural. Sin duda el turismo cultural es un factor estratégico para Castilla y León. El turismo cultural, además de generar nuevas actividades económicas en su entorno, impulsa la recuperación del patrimonio y sirve de estímulo para nuevas creaciones culturales. La **oferta de Castilla y León** es abundante, de elevado valor, ventajosa en comparación con otras comunidades, y repartida por los ámbitos urbanos y rurales en todo su territorio.

El **problema** es que no proporciona un valor económico en sí misma, por lo que resulta imprescindible acompañar las labores de rescate del patrimonio cultural con las de restauración y mantenimiento, así como con la mercantilización de productos y servicios derivados. Es posible, sin embargo, comercializar esta oferta cultural sobre la base de los recursos culturales del patrimonio, pero también aprovechando **nuevos productos** como el

turismo gastronómico, el turismo idiomático, festivales culturales, acontecimientos y conmemoraciones especiales, etcétera. Y aprovechar además factores externos, como las nuevas infraestructuras de comunicación, en especial la línea de alta velocidad con Madrid, que sitúa a gran parte de Castilla y León en la proximidad de una gran aglomeración urbana, de una demanda potencial muy importante.

En términos generales el sector cultural **empresarial** en Castilla y León está poco desarrollado, y sólo despuntan algunas experiencias como **Las Edades del Hombre** o la promoción incipiente de rutas culturales. Con todo, la región acapara más del 10% del turismo cultural de España y esta actividad supone la cuarta parte del turismo llegado en general a la región.

El **turismo rural**. Castilla y León es la primera comunidad española en el segmento del turismo rural. Esto se ha conseguido tan sólo con una **oferta** de alojamiento abundante, pero creada de forma precipitada en los últimos diez años, atomizada y dispersa, con evidentes **carencias** de organización y profesionalidad y con una relación calidad/precio en general poco competitiva. Han sido la fuerza de atracción del territorio, la cultura, el patrimonio artístico, la situación geográfica y el clima los factores que han favorecido la elección. Pero todos los territorios rurales españoles están trabajando en la misma dirección de atraer con su oferta, por lo que en el futuro no bastará con una idónea divulgación, si detrás de ella no existe una oferta profesional y de calidad.

Desde el punto de vista histórico, cultural y monumental, existen diferentes rutas, como el Camino de Santiago (Burgos, Palencia, León), la Ruta de la Plata (Salamanca, Zamora, León), la ruta del Duero o del vino, de la lengua o la ruta de los castillos, así como numerosas ciudades con monumentos y cascos antiguos de gran relevancia (Salamanca, Segovia, Ávila, Burgos, León, Astorga,..). Además, pueblos y ciudades encierran espacios recreativos y de ocio, gastronomía, fiestas, folclore y artesanía que resultan atractivos para el turismo cultural y un creciente turismo de congresos y convenciones.

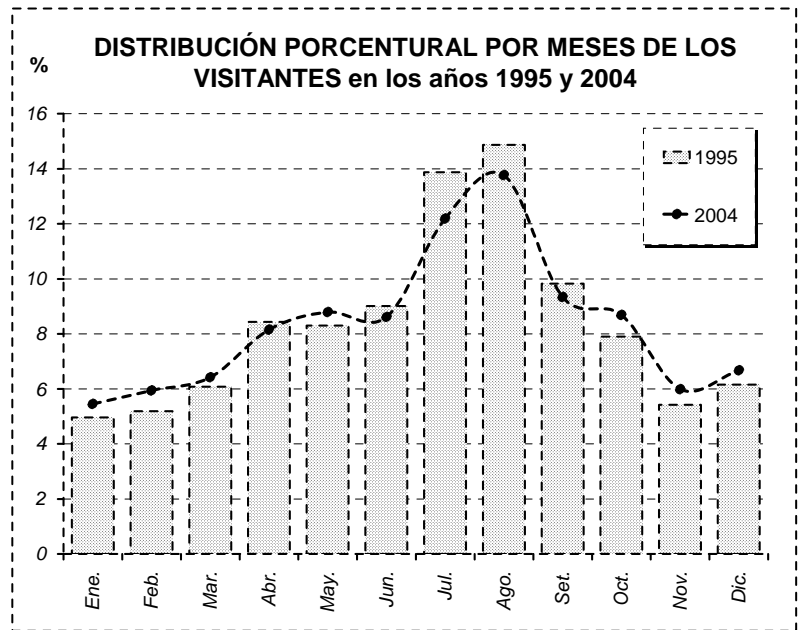
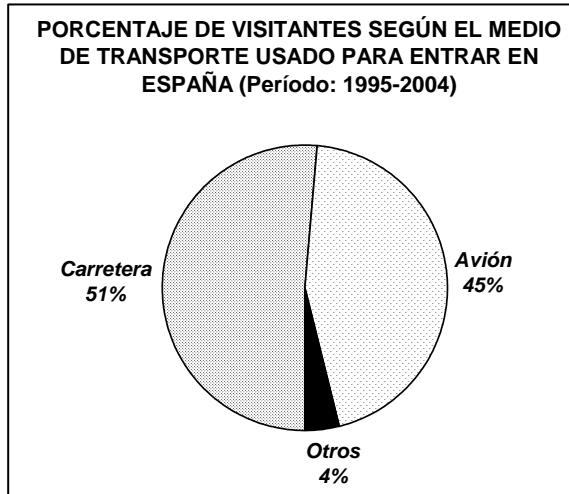
Desde el punto de vista natural, existe una gran diversidad de espacios susceptibles de atraer turismo, como la montaña cantábrica, ibérica y central; los parajes naturales (hoces del Duratón, Arribes del Duero, ...). En estas zonas pueden practicarse actividades recreativas y deportivas en contacto con la naturaleza. El principal problema es la falta de infraestructuras y dotaciones, que condicionan el aprovechamiento de estos importantes recursos.

OPCIÓN B

I.- Desarrolle el siguiente tema: «LAS DESIGUALDADES EN LA DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA»

(Hasta 3 puntos)

II.- Práctica: A partir del análisis de los datos y gráficos adjuntos relativos a la **cantidad de visitantes (turistas y excursionistas) que han entrado en España durante el período 1995-2004**, realice el comentario de este hecho geográfico.
(Hasta 3 puntos)



Fuente: **INE** (<http://www.ine.es>)

Valores en MILES (Ejemplo: 28.526 x 1.000 = 28.526.000 de visitantes por carretera en 1995)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Media
Carretera	28.52	30.41	32.31	34.94	36.80	37.23	37.32	41.57	42.23	44.19	36.557
Avión	23.93	24.65	27.67	30.45	32.57	34.38	35.33	34.94	36.92	37.00	31.788
Otros	1.949	2.194	2.421	2.358	2.680	2.849	3.024	3.508	2.789	2.978	2.675
TOTAL	54.40	57.27	62.41	67.76	72.06	74.46	75.67	80.02	81.94	84.17	71.020
▶		5	15	25	32	37	39	47	51	55	

(▶) Incremento en porcentaje respecto al total de 1995

III.- Defina con la mayor precisión posible ÚNICAMENTE CINCO de los siguientes términos: (Hasta 2 puntos)

- Penillanura
- Latifundio
- Tasa bruta de mortalidad
- Vegetación xerófila
- Sistema urbano
- Frente (meteorológico)
- Curva de nivel

IV.- En el mapa adjunto, localice de forma inequívoca y con la mayor precisión posible (mediante punto, línea o contorno, y con el número correspondiente) ÚNICAMENTE OCHO de los siguientes elementos geográficos: (Hasta 1 punto)

- 1) Cabo de Gata
- 2) Rías Bajas
- 3) Cantabria
- 4) Río Ebro
- 5) Sierra Morena

- 6) Río Nervi3n 7) La Albufera 8) Formentera (isla) 9) Ciudad Real (ciudad)
10) Cabañeros (P.Nacional)



- Instrucciones:
- Duración: 1 hora y 30 minutos.
 - La presente prueba consta de dos opciones (A y B), de las cuales el alumnado deberá desarrollar solamente una.
 - En todos los casos se considerarán elementos de ponderación de la nota final la calidad de la redacción y la corrección gramatical y ortográfica.

OPCIÓN B:

1. Exprese de modo conciso el significado geográfico de los siguientes términos:

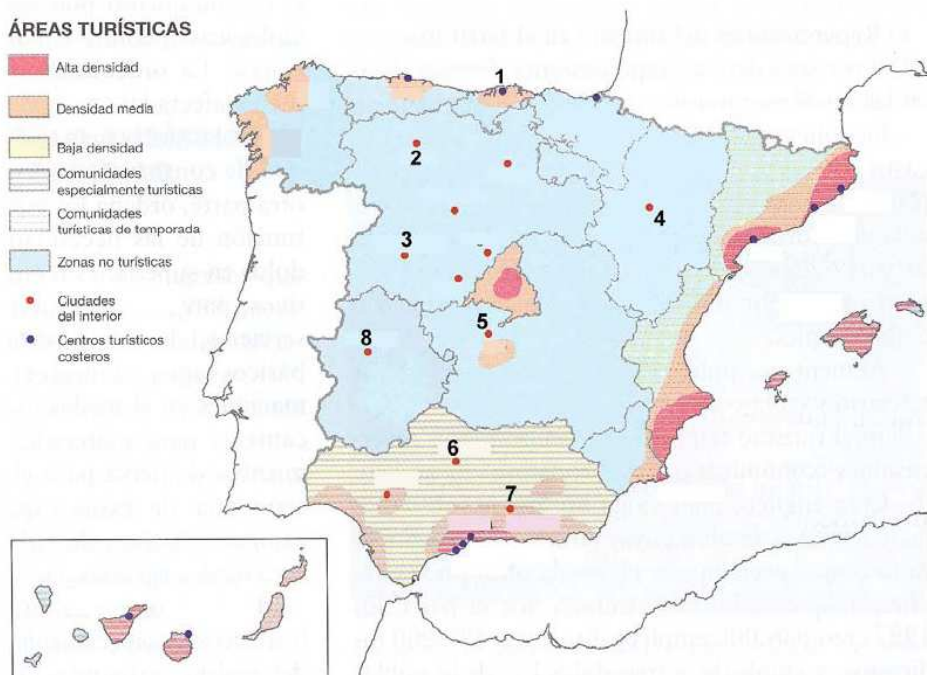
- Isobaras
- Ensanche urbano
- Crecimiento natural de la población
- Meridiano
- Frente Polar
- Comercio exterior

(Valoración: hasta 3 puntos)

2. Analice el mapa de España en el que se especifican las áreas turísticas. Responda a las siguientes cuestiones:

- Correlacione los números del 1 al 8 con las ciudades a las que corresponden e indique qué tipo de turismo predomina en cada una de ellas.
- Nombre las provincias con alta densidad turística e indique qué tipo de turismo predomina en cada una de ellas.
- Explique los contrastes entre las áreas turísticas atlánticas y mediterráneas

(Valoración: hasta 3 puntos)



3. Vertientes hidrográficas de la Península Ibérica y sus características.

(Tema libre, para cuyo desarrollo se sugiere realizar un esquema previo)

(Valoración: hasta 4 puntos)

