



# Un turista en el mediterráneo

## 1a parte

Trabajad por grupos de 4 personas.

Vamos a imaginar que sois 4 amigos, que os ha tocado la lotería, y que habéis decidido hacer un viaje a Marruecos.

Tenéis que elegir el paquete turístico que más os convenga. Para ello, os tenéis que conectar a Internet y encontrar la mejor oferta de un tour-operador.

También podéis conseguir folletos en las agencias de viajes

- Elegid un viaje de aproximadamente 7 días.
- Imprimid la oferta en tinta suave.





# Un turista en el mediterráneo

## 2a parte

Una vez hayáis elegido el viaje, intentad clasificarlo en uno de los grupos siguientes (el que más se parezca a la opción que habéis elegido):

**GRUPO 1.** Viaje de lujo a Marruecos. Hoteles de lujo con piscina, “SPA” y un campo de golf cercano o en las mismas instalaciones del hotel. Visita a las principales ciudades de Marruecos, traslados en coche privado o microbús. Comidas en restaurantes de lujo. Viaje en avión.

**GRUPO 2.** Viaje de placer, clase turista. Hoteles de 4 estrellas mínimo. Con piscina. Visita a las principales ciudades de Marruecos en bus o tren. Comidas a media pensión. Viaje en avión.

**GRUPO 3.** Viaje de aventura. Alojamiento en “*haimas*”, tiendas,.. Visita al Atlas, a las principales ciudades y al desierto. Comidas tradicionales con cocinero propio. Compras en el zoco. Última noche en hotel. Viaje en avión, traslados en 4x4.

**GRUPO 4.** Viaje por cuenta propia. Viaje en coche o tren desde la península. Alojamiento en hostales y habitaciones de personas del país. Cocina tradicional. Compras en el zoco. Alquiler de guías para el desierto. Traslados en tren, coche y 4 x4.



Vuestro viaje pertenece al grupo



### Responde a las siguientes preguntas:



¿Qué tipo de los viajes antes mencionados abundan más en Internet?



El turismo supone divisas del extranjero para el país. ¿A quién crees que irá a parar el dinero del viaje que has elegido?, ¿a quién beneficiará más tu tipo de viaje? Puedes señalar 4 opciones.

- a los propietarios y empresarios de los hoteles
- a los propietarios y empresarios de los campos de golf
- a la gente que trabaja en los hoteles
- a las compañías aéreas
- a los guías y conductores
- a los comerciantes del zoco
- a los pequeños comerciantes
- a las personas de a pie del país



Escribe si crees que tu viaje tendrá un alto impacto en emisiones de CO<sub>2</sub> o si, por el contrario, tendrá un impacto bajo. ¿Por qué?

### Opcional

¿Sabías que, en general, los empresarios de las principales cadenas hoteleras no son del país?



Busca en Internet cadenas hoteleras en el mundo que se llamen igual.





## TABLA DE CONSUMOS

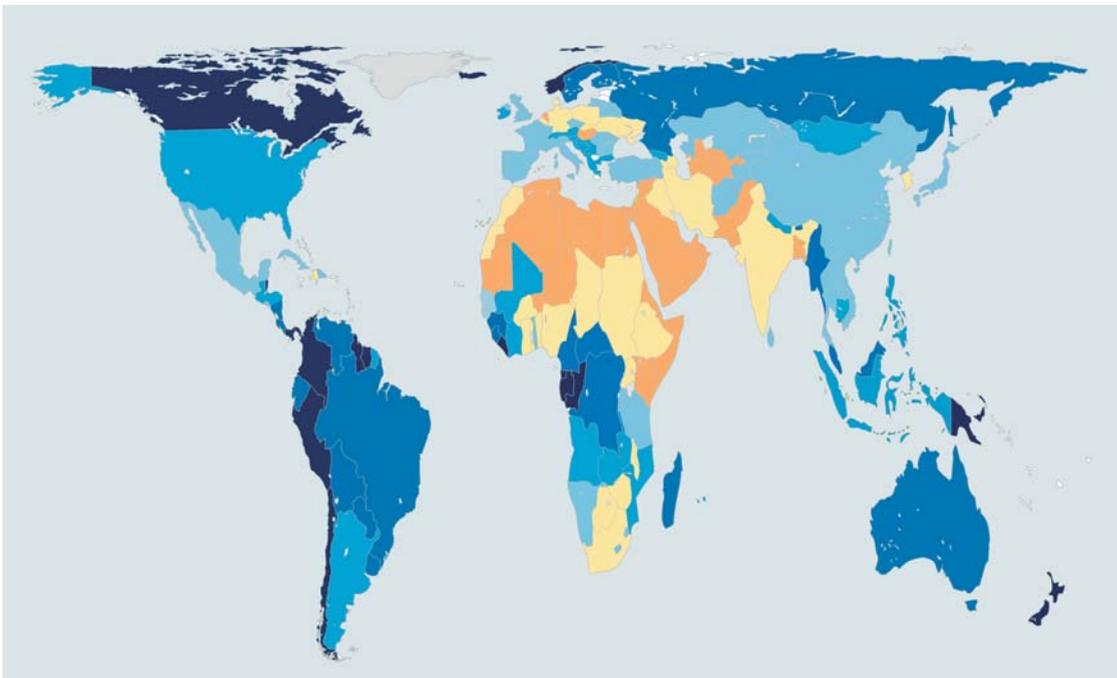
Actividad	Litros aproximados
Lavarse las manos (grifo cerrado)	2
Lavarse las manos (grifo abierto)	18
Lavarse los dientes (grifo cerrado)	2
Lavarse los dientes (grifo abierto)	15 - 30
Baño	200 - 300
Ducha	30 (rápida) - 80 (larga)
Servicio de lavadora	60 - 90
Servicio de comedor y comidas hotel (1 comida)	30
Uso de piscina hotel (depuración, etc.)	85
Uso de "spa" hotel lujo	65
Servicio de comida restaurante país (1 comida)	18
Vaciado de cisterna del wc (total)	15
Vaciado parcial de cisterna del wc (con dispositivo de ahorro)	6
Bebida (al día)	2 litros/día
limpieza habitaciones	10 litros/día
Lavado coche alquiler	400 litros
Partida de golf. Riego golf 100m <sup>2</sup> de césped	400 litros

Tabla estimada de consumos. Elaboración propia a partir de otras fuentes:

[http://mediambient.gencat.net/aca/ca/agencia/campanyes/raco/consells\\_practics\\_casa.jsp?ComponentID=65077&SourcePageID=65085#1](http://mediambient.gencat.net/aca/ca/agencia/campanyes/raco/consells_practics_casa.jsp?ComponentID=65077&SourcePageID=65085#1)

## Compararemos

Fíjate en el mapa de disponibilidad de agua dulce en el mundo



Font: World Resources 2000-2001, People and Ecosystems: The Fraying Web of Life, World Resources Institute (WRI), Washington DC, 2000



Y en los datos de la tabla siguiente:

<b>Consumo doméstico medio (litros/habitante y día)</b>	
España	Marruecos
147	50

%	África	España
agricultura (%)	81,5	80
industria (%)	5,5	6
doméstico/urbano (%)	12	14

Basado en la fuente: [http://webworld.unesco.org/water/ihp/db/shiklomanov/part'3/\\_Read'me.htm](http://webworld.unesco.org/water/ihp/db/shiklomanov/part'3/_Read'me.htm)

### Responde a las siguientes preguntas



¿Marruecos es un país rico o pobre en agua?



Compara el consumo de agua de los habitantes de Marruecos con tu consumo como turista. ¿Cuál es mayor?



¿Te parece que podrías contribuir a ahorrar agua en tu viaje? ¿Qué harías? ¿Qué cambiarías de tu viaje?



# Un turista en el mediterráneo

## 4a parte

### Debate (1h 30')

Ahora vamos a hacer un debate en clase entre todos y todas.

¡Antes, deberéis prepararos para explicar vuestros argumentos! Tenéis unos textos que os van a orientar.

Buscad en Internet una definición sencilla de lo que significa “turismo sostenible”.

- > Debéis preparar las siguientes preguntas por equipos.
- > Elegid a un/a portavoz del equipo.
- > Respetad los turnos de palabra.
- > Elegid a un/a moderador/a de tiempo.
- > Durante el debate, cada equipo expondrá sus argumentos. Una vez terminada la exposición de cada equipo, los otros equipos pueden hacerle preguntas y argumentar en contra de sus posturas.
- > La persona que haga de moderador apuntará las conclusiones de cada pregunta en la pizarra.

El debate se basará en las preguntas:

1. ¿Cuál es, en la actualidad, la oferta mayoritaria de turismo?
2. ¿Qué buscamos cuando estamos de vacaciones?
3. ¿Qué problemas puede suponer el turismo? y ¿qué beneficios?
4. ¿Qué tipo de turismo sería el más adecuado para la gente del país?, ¿y para el medio ambiente?
5. ¿Qué podemos hacer nosotros cuando somos turistas?



## Textos

### Texto 1

... El turismo tiene un impacto inmenso sobre nuestro planeta, y es la industria más grande del mundo. Según la Organización Mundial del Turismo, los viajes internacionales a nivel mundial alcanzarán casi los mil millones el año 2010 (500 millones el 1993).

El turismo de masas provoca graves daños ambientales. Los científicos predicen que en 2015, el transporte aéreo será el causante de la mitad de la destrucción anual de la capa de ozono. Evidentemente, no todos los viajes en avión se pueden atribuir a los turistas, pero éstos contribuyen sustancialmente al problema. La contaminación del aire y la degradación del suelo y del agua, son especialmente problemáticas en las zonas costeras, a menudo sobreexplotadas. Y de manera más visible, ¿qué me dices de los turistas irresponsables que transforman lugares paradisíacos en vertederos?!

¿Hay alternativas? Sí. En la actualidad es cada vez más fácil encontrar opciones de vacaciones y viajes sostenibles (proyectos de conservación y restauración, de cooperación voluntaria, hacer de maestro en el extranjero, etc.). Si buscas en Internet, encontrarás cientos de ideas y opciones, pero ¡ten cuidado!, porque hay sitios en la red que promueven paquetes que no son tan sostenibles como dicen ¿Buscas una cosa más relajante? Ningún problema. La sostenibilidad también se puede encontrar en opciones de vacaciones convencionales. Si los hoteles locales, los bed&breakfast y los campings están bien gestionados, probablemente incentivarán y respetarán más la economía, el medio ambiente y la cultura locales que algunas cadenas hoteleras internacionales. Un signo positivo es que el turismo sostenible o ético está ganando popularidad.

Algunos consejos para las vacaciones.

- Podemos hacer varias cosas por reducir nuestro impacto como turistas, por ejemplo...
- Escoge las alternativas de viajes que aporten más beneficio a la población local.
- Regatear cuando se compran billetes y souvenirs puede fomentar la explotación. Ahorra recursos naturales valiosos. No malgastes agua y energía. Evita utilizar contaminantes como, por ejemplo, detergentes en ríos o fuentes.
- Llévate los desechos y separa todos los residuos no degradables.
- Las plantas se deben dejar florecer en su entorno natural. Llevarse esquejes y raíces es ilegal en muchos lugares del mundo.
- Apoya el comercio local y a los artesanos. Compra souvenirs y artesanía del lugar siempre que puedas.
- Respeta los derechos territoriales. En tierras tribales, los turistas deberán comportarse como si estuvieran en una propiedad privada.
- Procura leer cosas sobre el país que visitas –te ayudará a respetar la cultura local y te abrirá puertas.
- En muchos países, es más conveniente vestir con ropa suelta y ligera que con ropa ajustada. De igual manera, hay lugares en los que besarse en público puede ser culturalmente incorrecto.

Así que....como recomienda \*AMERICAN SIERRA CLUB: Allá dónde vayas, ¡llévate sólo imágenes, deja sólo huellas!



## Texto 2

### El turismo en el mediterráneo

El impacto del turismo es especialmente importante: se calcula que entre los meses de junio y septiembre, la cuenca mediterránea recibe 45 millones de turistas internos y más de 50 millones de turistas extranjeros. Esto equivale a las poblaciones totales de España e Italia juntas, que se concentran en esa delgada franja costera entre las montañas y el mar, o en algunas de sus islas. En 1984, la zona del Mediterráneo captó el 35% del mercado turístico internacional, y en 1996 continuaba con la misma tónica con el 30% y unos 183 millones de turistas.

Desde el punto de vista económico, la importancia del turismo se aprecia en el hecho de que los ingresos que generó en 1990 alcanzaron los 73.159 millones de dólares. Esta cifra representa el 53% del total generado en Europa y el 29% de los ingresos generados por el turismo a nivel mundial. En términos de porcentajes del Producto Interior Bruto, el turismo representaba en 1992 el 8% del PIB en Francia, y el 9% en España. En los países del sur de la cuenca representaba: el 27% y el 17% del PIB de Chipre y de Malta, respectivamente; el 7,1% en Egipto y Túnez; el 5,1% en Marruecos; el 4,2% en Israel; y porcentajes menores en el resto de países.

La presión turística agrava el problema de la contaminación de las aguas, así como el de la sobreexplotación y eventual agotamiento de los acuíferos; acentúa el fenómeno de concentración humana y de generación de residuos. En 1989, la demanda turística implicaba demandas de más de 25.228 hectáreas de suelos para instalaciones y de 40 millones de m<sup>3</sup> de agua potable —de 500 a 800 litros de agua por persona y día en un hotel de lujo, cifra muy superior al consumo promedio de un residente permanente en las mismas zonas turísticas—, y suponía la generación de 144.000 toneladas de residuos sólidos urbanos y de 24 millones de m<sup>3</sup> de aguas residuales.

Fuente: [http://www.medforum.org/documents/agenda2000/ap2\\_es.htm#2.10](http://www.medforum.org/documents/agenda2000/ap2_es.htm#2.10).

## Texto 3

También en nuestro país tenemos que ahorrar agua. El turismo es también importante en la cuenca mediterránea y en otras zonas. Por eso, es esencial que el turismo sea sostenible y haga un uso racional del agua.

## Texto 4

Entra también en:

"El turismo es riqueza para la persona, para la familia, para la comunidad y para el mundo entero" Organización Mundial del Turismo.

[http://www.medforum.org/documents/agenda2000/ap2\\_es.htm#2.10](http://www.medforum.org/documents/agenda2000/ap2_es.htm#2.10).[http://world-tourism.org/espanol/newsroom/campaign/turismo\\_riqueza.pdf](http://world-tourism.org/espanol/newsroom/campaign/turismo_riqueza.pdf)



## Texto 5

### Artículo

El turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas en el ámbito internacional. Según datos del World Travel and Tourism Council (WTTC), su contribución al Producto Interior Bruto (PIB) mundial es del 10,7% (\$3.497,1 millardos), que se espera sea del 11% (\$6.958,3 millardos) en 2011. El número de personas empleadas en el sector es de 207.062.000, lo que representa un 8,2% del total del mercado laboral mundial. Se estima que esta cifra crecerá hasta 260.417.000 empleados, 9% del total, en 2011.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en los últimos años los movimientos turísticos han experimentado un aumento espectacular, con una tasa media de crecimiento anual del 7,1%. Las previsiones de desplazamientos para los próximos años siguen las mismas pautas pero con tasas de crecimiento inferiores, en torno al 4,3%.

Varios factores han contribuido a esta evolución. Por una parte, los extraordinarios avances tecnológicos que han introducido cambios en los sistemas de transporte, especialmente en la aviación.

Por otra, diversos factores sociales tales como las vacaciones remuneradas de los trabajadores, la reducción de la edad de jubilación, la mayor esperanza de vida, y el aumento y extensión de las pensiones han sido determinantes para que la población disponga del tiempo y el dinero necesarios para viajar.

Los mejores niveles de educación y, por tanto, mayores inquietudes por conocer nuevos países y culturas, por vivir nuevas experiencias, etc., han impulsado también el desarrollo de la actividad turística.

Europa, en materia de turismo, ocupa una posición privilegiada que la sitúa a la cabeza a escala mundial y, en este contexto europeo, España se ha convertido en uno de los principales países receptores de turismo, situándose en el tercer puesto del ranking mundial, por detrás de Estados Unidos y Francia. En cuanto a los ingresos por turismo, España ocupa el segundo lugar, detrás solamente de Estados Unidos (según datos de la OMT de los años 1999 y 2000). En el mercado laboral, el número de empleados en el sector era de 2.762.230 en 2001, lo que representa el 18,5% del total, y se estima que alcanzará la cifra de 3.704.670 en el 2011, es decir, el 21,9%.

Estas cifras han permitido a la clase política hablar del turismo como la panacea del desarrollo económico y social de gran parte de los pueblos y regiones de España, que ven en la actividad turística un importante instrumento para mantener el nivel económico que ha alcanzado en los últimos años.

Para orientar la oferta turística es imprescindible conocer las principales características del turista de hoy y saber qué busca.

El número de desplazamientos a escala mundial ha aumentado de forma espectacular a lo largo de la última década debido a la globalización de la economía, la progresiva liberalización del comercio a escala internacional, las innovaciones tecnológicas y la revolución en los sistemas de información y las telecomunicaciones. Estos factores han producido un incremento en los intercambios de todo tipo e intensificado las relaciones entre los países.



El turista actual no es como el de hace unos años. El denominado turismo de masas, que ha caracterizado la segunda mitad del siglo XX y que ha convertido al turismo en una de las principales actividades económicas a escala mundial, está dando paso a un nuevo momento turístico. El viajero que compraba "paquetes estandarizados" a bajo coste para visitar destinos indiferenciados, que progresivamente se iban masificando, comienza a dar síntomas de agotamiento. El nuevo turista se caracteriza por experiencia viajera, diversidad de gustos y preferencias, preocupación por el entorno y fragmentación de los períodos vacacionales.

Esta situación representa nuevas oportunidades para numerosos destinos de la geografía española, algunos de los cuales (especialmente los denominados "destinos maduros") han emprendido importantes procesos de redefinición de su producto con mejoras importantes en el tradicional turismo de "sol y playa", y con procesos de diversificación de su oferta. Otras zonas, sobre todo en el interior, que apenas habían disfrutado de los beneficios del turismo, descubren en los nuevos productos (ecoturismo, turismo rural, de aventura, deportivo, cultural, etc.) oportunidades de desarrollo en las que nunca hubieran pensado.

Fuente: <http://www.sgci.mec.es/uk/Pub/Tecla/2002/feb15a.html>

### **Ampliaciones:**

¿Quieres hacer un test y saber qué tipo de turista eres? Entra en:

[http://www.medforum.org/ulixes21/cas/nomes\\_cas/](http://www.medforum.org/ulixes21/cas/nomes_cas/)