

# Turisme i territori: El model geoturístic català

**Francesc LÓPEZ i PALOMEQUE**  
*Departament de Geografia i Història*  
*Estudi General de Lleida*  
*Universitat de Barcelona*

## Presentació

El turisme, fenomen de naturalesa complexa i de manifestacions diverses, ha suposat per a Catalunya, com per a altres regions turístiques, un factor de transformació social, econòmica i territorial. La seva importància econòmica apareix subratllada habitualment en els estudis econòmics, en els quals es contempla el turisme com un component estructural de l'economia, la qual cosa ha accentuat la dependència exterior que caracteritza el model econòmic català. Recentment, s'ha arribat a afirmar que el turisme és el fenomen econòmic més important del segle XX per a Catalunya.

Una Ponència sobre el turisme a Catalunya, en concret sobre la seva caracterització geogràfica, ha de comprendre —segons el nostre parer— una visió global de les manifestacions espacials del fenomen turístic i, d'altra banda, ha de referir-se al conjunt del territori català. Entenem que amb aquest enfocament fem front adequadament a les orientacions de les ponències temàtiques d'aquest Primer Congrés Català de Geografia. Per entendre millor l'abast i el significat del contingut d'aquestes pàgines creiem necessari fer un breu comentari sobre alguns elements i circumstàncies limitadores de l'estudi del turisme a Catalunya.

En primer lloc, hem d'assenyalar l'ambigüitat conceptual en referir-nos a les definicions de «turisme», «oci» o «recreació». Si bé en el pla teòric és fàcil establir una conceptualització diferenciada, en el moment de l'anàlisi de les realitats concretes apareix una casuística diversa que fa difícil establir els seus límits. A més a més, hem d'assenyalar que la diversitat de manifestacions que configuren el fenomen turístic suposa una dificultat a l'hora de tractar el fenomen de forma global, ja que en alguns casos les modalitats turístiques tenen

uns orígens i unes conseqüències tan desiguals que fan difícil la seva consideració conjunta. Més que de «turisme» a Catalunya, hem de parlar de «turismes» a Catalunya, amb les conseqüències que això suposa en el moment de formular els plantejaments conceptuals i analítics.

La distinció entre turisme itinerant (alguns autors utilitzen el terme «turisme vacacional») i turisme residencial (turisme d'estada) és, sens dubte, després de la puntualització anterior, la primera i més important diferenciació que hem de fer per acotar la diversitat de manifestacions espacials que comprèn el fenomen turístic. Les diferències entre aquests dos fenòmens específics es concreten en la seva funcionalitat i en les pautes de localització (el turisme residencial apareix associat habitualment amb el denominat «lleure de proximitat» i amb les demandes generades pel procés d'urbanització). Però, també es fonamenten en les motivacions, l'origen i les pautes de comportament dels usuaris; en la intensitat i naturalesa dels impactes espacial, social i econòmic, i en la seva capacitat consumidora d'espai i estructuradora del territori. Per aquestes raons es tendeix a conceptualitzar separatament aquests dos fenòmens: turisme i segones residències (Cals, 1989).

Amb molta freqüència es cau en l'error d'identificar i de confondre el «turisme» amb «l'hoteleria», amb un sentit reduccionista d'allò que és el turisme i la seva complexitat. Un altre error bastant generalitzat consisteix a considerar que el «turisme» (tot el turisme, podríem dir) és o comprèn només el «turisme receptiu» o flux turístic procedent de l'estranger, amb la qual cosa es deixa de costat el flux turístic interior, i s'ignoren les seves característiques i el paper que ha tingut i té en el desenvolupament de les infraestructures turístiques. Aquestes «confusions» porten sovint a errors en les avaluacions i balanços del fenomen turístic (per exemple, s'assimila la crisi de l'hoteleria a la crisi del turisme).

Les deficiències de les fonts d'informació constitueixen una altra de les dificultats amb què ens trobem en el moment d'analitzar la dimensió espacial del fenomen turístic. Les dades sobre les diverses manifestacions del fenomen turístic són sovint parcials (sectorial i territorialment) i de dubtosa fiabilitat, la qual cosa representa un fre per arribar a tenir un coneixement precís del nostre objecte d'estudi. A més de la parcialitat i l'escassa fiabilitat, el problema sovint es concreta en la inexistència de dades.

Una altra dificultat, en bona part lligada amb el pluralisme i coexistència de diversos plantejaments de l'anàlisi geogràfica del turisme, sorgeix quan hem de concretar l'escala d'anàlisi, perquè sabem que segons sigui una o altra podrem o no identificar, descriure i explicar de manera adequada els fets socials, econòmics i territorials del turisme. En aquest sentit, cal recordar que l'anàlisi de la dimensió espacial del turisme a escala regional se centra en la distribució de les àrees turístiques (a partir de l'anàlisi de les localitzacions dels recursos, de les infraestructures turístiques i de la mobilitat del flux turístic), la consideració de potencialitats derivades del desenvolupament de les esmentades activitats, els impactes i les relacions funcionals i les implicacions del model territorial (Vera, 1990: 92). A escala local o comarcal són altres els fets que poden ser observats i explicats, com per exemple la identificació i pràctica dels agents socials i protagonistes del procés de construcció de l'espai turístic, els aspectes paisatgístic-morfològics (transformació, nous paisatges...), l'estructura interna del poblament o l'avaluació de l'impacte ambiental, entre altres. Aquests aspectes no són tractats de manera sistemàtica en aquesta ponència i només poden aparèixer citats com a exemples.

Per mostrar una panoràmica del vessant geogràfic del turisme a Catalunya, des de diversos enfocaments, considerem quatre apartats que es refereixen als aspectes més significatius, i que recullen part d'un treball recent que hem realitzat sobre el tema (López Palomeque, 1989):

— El marc social, econòmic i territorial que genera els factors explicatius de la configuració de Catalunya com a «regió turística» de primer ordre i la configuració d'espais turístics diferenciats en el territori català.

— L'estructura espacial del turisme, amb referències a les característiques del flux turístic i de la distribució espacial de la infraestructura.

— El paper de les activitats turístiques com a caracteritzador dels espais productius i com a factor estructurador i d'urbanització del territori català.

— Finalment, a tall de resum, distingim els fets que perfilen la realitat geogràfica del turisme a Catalunya, que com a complement de la resta del contingut i a efectes de presentació dels resultats de l'anàlisi, entenem com a elements configuradors del model geo-turístic català.

La perspectiva globalitzadora del nostre plantejament i l'anàlisi a escala regional ens porta a considerar els fets més rellevants o, millor dit, a considerar només una simplificació de la realitat. De fet, el títol de la Ponència (Turisme i territori: el model geo-turístic català), comprèn el terme «model», pel fet que s'identifica aquest concepte amb la caracterització bàsica de la dimensió geogràfica del turisme a Catalunya. Per tant, el seu significat correspon a «esquema» o «simplificació», tal com s'utilitza habitualment en els estudis de Geografia i d'altres ciències socials.

Convé aclarir, també, que hem incorporat en la nostra anàlisi, com a recurs conceptual i instrument d'interpretació, algunes referències als «models de desenvolupament de les àrees turístiques» o als «models de substitució del tipus d'allotjament», entre altres; és a dir, models proposats per geògrafs per descriure i explicar les regularitats i generalitzacions («modelització») observades en les implantacions espacials del turisme i els comportaments dels turistes, per la qual cosa aquestes valoracions constituïran les parts més especulatives de la ponència.

## **El marc socio-econòmic i territorial i els recursos**

Catalunya és avui dia una de les regions turístiques més importants d'Europa si considerem la magnitud de la seva oferta turística i el volum del flux de visitants anuals. En 1990 la capacitat d'allotjament estimada (hotelera i extrahotelera) superava els 2,9 milions de places i en el mateix any el nombre de visitants va ser de 15,32 milions, xifra inferior als 15,37 milions de 1988, que va suposar un rècord històric.

La configuració de Catalunya com a regió turística s'emmarca en un procés complex que té el seu fonament en el propi sorgiment del turisme de masses com a fenomen modern. Aquest apareix per la convergència de diversos factors i com a resultat d'una sèrie

de canvis que s'han produït en els països més avançats des dels anys 50, tot i que les primeres manifestacions van sorgir en el segle XIX i durant la primera meitat del segle XX, com a expressió de l'anomenat turisme minoritari. El pas del turisme minoritari al turisme de masses va suposar la progressiva substitució de la figura del «viatger» per la figura del «turista».

En els processos de creació i d'evolució de les regions turístiques s'identifiquen uns components de diversa naturalesa (geofísica, social...) que adquireixen el paper de factor de desenvolupament, ja sigui de manera singularitzada o bé interrelacionats entre si. Podem parlar de l'aparició de la demanda de consum de temps i d'espais turístics, de l'existència d'uns recursos potencials i de l'explotació d'aquests recursos pels agents socials i econòmics i, en definitiva, de la participació de forma més o menys activa i interessada, de diversos protagonistes (cal incloure obviament les instàncies polítiques), que poden adoptar una actitud d'acollida de les «noves» activitats o d'oposició parcial o total (conflictes). A més a més, amb el pas del temps aquests factors poden perdre vigència a la vegada que apareixen altres circumstàncies que expliquen canvis en els processos i comportaments indicats i canvis en les tendències de les activitats turístiques i les seves concrecions espacials.

No correspon en aquesta ocasió fer una relació exhaustiva i aprofundida d'aquests factors, ja siguin generals o específics. No obstant això, si que sembla convenient recordar algunes caracteritzacions dels canvis ocorreguts, que entenem com a referència estructural i com a context on cal emmarcar el desenvolupament del turisme a Catalunya, i més endavant farem menció a les circumstàncies específiques de Catalunya.

Si ens centrem en els darrers decennis cal afirmar que a les societats desenvolupades les activitats d'oci, entre les quals cal comptar els viatges turístics, han adquirit el caràcter de funció bàsica, que forma part del mode de vida actual d'una part important de la població dels països desenvolupats, i també dels grups de major poder adquisitiu dels països menys desenvolupats.

Aquesta nova categoria —component social de l'oci com a necessitat bàsica— es fonamenta en la valoració social de determinats elements geofísics (recursos naturals-factors d'atracció), en la valoració social d'elements culturals, en la idealització d'uns modes de vida i en l'extensió i generalització d'unes pautes de comportament, que en ocasions són reflex d'uns status socials que són considerats paradigmàtics. Des de la perspectiva geogràfica, cal subratllar el primer punt que hem indicat, i en particular el fet que la valoració social dels elements geofísics es concreta en la recerca del clima temperat-càlid i en la recerca del binomi sol-platja. Però, a més a més, també en la valoració d'allò que és «natural», que s'identifica amb la imatge de determinats paisatges, i del «medi rural» que es contraposa al «medi urbà».

L'espai geonatural, espai qualitativament diferenciat, constitueix el suport físic dels processos socials, però també actua com a factor, ja que la seva diversitat espacial condueix a actuacions diferenciades (Sánchez, 1984:7). Ens trobem, doncs, amb la configuració d'espais morfològicament i funcionalment diferenciats, que des de la nostra perspectiva i a a un primer nivell els podem concretar en *espais turístics* i espais no turístics. Però, a més, a un segon nivell podem constatar l'existència de *diversos tipus d'espais turístics*, segons l'especificitat dels processos de creació i dels recursos geoturístics existents en cada cas.

Les referències a aquestes consideracions generals tenen sentit pel fet que, primer que tot, el turisme de masses a Catalunya apareix amb l'arribada del flux turístic europeu. Això va suposar amb el pas del temps la introducció d'usos turístics com a funció productiva en algunes zones costaneres i la conseqüent articulació de l'espai litoral català en el conjunt de l'espai europeu. Per tant, la configuració de Catalunya com a regió turística —i la creació dels espais turístics de Catalunya— s'emmarca en el procés general de transformació social, econòmica, i territorial que ha portat a la redefinició de les funcions productives a escala europea. Però, aquest procés també s'ha d'entendre a escala estatal (espai espanyol) i intraregional. En definitiva, el que cal subratllar és que la funció turística de l'espai català s'ha anat concretant espacialment com a resultat d'un procés dialèctic d'articulació espacial a distintes escales i de redefinició de funcions productives de l'espai.

Si ens centrem ara en els components específics de la realitat catalana, que entendrem com a recursos turístics si són la base d'algun tipus d'activitat turística, hem de referir-nos al *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya* (Miguelsanz, 1983), en el qual apareix una informació sistematitzada dels recursos turístics classificats en quatre grups.

Els recursos turístics dominants a Catalunya corresponen al grup «hidrom». A més del termalisme o la neu, destaca la línia de mar o litoral, amb els banyes de mar i l'espai de platja, els esports i ports nàutics, entre altres. En el litoral català, de 580 quilòmetres, existeixen 400 platges amb una longitud total de 270 km. El clima temperat i l'ambient assolellat (platges càlides) formen l'altra part del binomi sol-platja en què es basa el turisme de masses. També s'han de tenir en compte, tot i que la seva capacitat d'atracció sigui menor, els contrastos geogràfics de Catalunya, que donen pas a una varietat de paisatges, destacant particularment les contrades pirinenques, per la seva valoració social.

La proximitat i continuïtat física respecte als països europeus desenvolupats han afavorit i afavoreixen avui dia l'arribada del flux turístic. Aquestes característiques derivades de la posició geogràfica determinen en termes comparatius una renda de situació i, en definitiva, un avantatge respecte a altres destinacions turístiques més allunyades. Hem de destacar també que una de les conseqüències de la posició geogràfica de Catalunya és que constitueix un lloc de pas per arribar a altres regions turístiques de la Mediterrània, i això ha suposat una circumstància més que ha ajudat al desenvolupament del turisme català.

Per que fa al marc social i econòmic de Catalunya (com a context afavoridor i com a contenidor d'elements convertits en recursos turístics) cal citar en primer lloc el cost de la vida, inferior a Catalunya que en els països d'origen dels turistes i respecte a altres països competidors, la qual cosa ha actuat com a factor d'atracció. Aquest cost diferencial incideix directament en el preu dels viatges i també en les despeses complementàries durant l'estada.

D'altra banda, viatjar a Catalunya suposava per a un anglès o per a un alemany l'atractiu d'anar a una terra desconeguda i que, a pesar de les diferències històriques i culturals, s'identificava amb els tòpics que durant molts anys han donat forma a la imatge estereotipada que pretenia recollir el tipisme espanyol, que a grans trets ha estat l'única imatge d'Espanya (del conjunt d'Espanya) exportada a l'estranger. A partir de la recuperació del govern autònom es va poder començar a promocionar la imatge de Catalunya (la «marca Catalunya»).

En els anys cinquanta i seixanta, principalment, va ser important per al desenvolupament del turisme a Catalunya el dinamisme econòmic de determinades comarques i l'existència d'un teixit de petits i mitjans empresaris (industrials, comerciants...) que van arriscar els seus beneficis en les inversions turístiques.

Amb el pas del temps, una vegada consolidats el flux i la funció turística, han anat apareixent altres circumstàncies que s'afegeixen a les ja indicades i que també actuen com a elements que expliquen la dinàmica i la caracterització de l'activitat turística, així com la morfologia i la funció dels espais turístics. Cal citar:

— L'aparició i consolidació d'una demanda interna important, que inicialment era complementària de la demanda, sobretot en alguns espais i durant determinats períodes de l'any. El resultat és una diversificació del flux turístic.

— La dimensió de la infraestructura creada, principalment de la capacitat d'allotjament, representa un actiu important, que suposa un factor d'atracció, ja que els operadors turístics canalitzen el flux cap a regions que disposen d'oferta suficient i en «condicions» més rendibles (quantitat, preus, qualitat, experiència...). Això, avui suposa un avantatge en comparació amb altres regions turístiques que disposen d'una oferta més limitada.

— La millora de les infraestructures de transport, particularment dels accessos a les comarques costaneres, la construcció de l'aeroport de Girona, entre altres; però, sobretot, cal destacar la construcció de l'autopista del litoral (finals dels seixanta i principis dels setanta), que enllaça amb la xarxa d'autopistes europees. Cal recordar que aquesta via és el principal camí d'arribada (accés ràpid) del flux de visitants estrangers. D'altra banda, també hem de fer menció dels problemes de mobilitat a escala comarcal que encara no són resolts en diverses comarques del litoral i que suposen una amenaça de cara al futur. També, la millora de la xarxa interior, per exemple el Túnel del Cadí, que ha creat noves «centralitats» a les terres de l'interior i pirinenques, afectant el desenvolupament del turisme.

— En termes globals i per al darrer període, hem d'assenyalar que el nivell d'organització i el comportament de les empreses i dels professionals ha estat l'idoni per mantenir la capacitat d'atracció en competència amb altres mercats.

— La política de promoció feta per la Generalitat de Catalunya, que abans era responsabilitat de l'administració central.

— El sector immobiliari turístic (segones residències i apartaments), que ha atret moltes inversions per ser més rendible que altres sectors productius en períodes d'expansió econòmica i, d'altra banda, per ser un sector «refugi», un sector més segur en períodes de crisi. Ens referim al mercat de l'habitatge en general i l'habitatge turístic en particular, a més del mercat de la terra.

— El valor de la pesseta —la seva debilitat inicial— ha incidit en conjunt durant els darrers decennis a favor del turisme espanyol i català. De fet, això està estretament lligat amb el punt indicat més amunt, referent al cost de la vida, però ara ens volem referir a la tendència dels darrers anys. Hem de constatar que segons l'oferta de paquets turístics, Catalunya és un dels destins més barats. No obstant això, cal destacar que els darrers anys la posició forta de la pesseta i la progressiva harmonització monetària amb la resta de països de la CEE, suposa un motiu d'incertesa per al futur immediat i pot afectar negativament el turisme català.

— Finalment, cal considerar el nou escenari general que suposa la proliferació de destinacions turístiques a la conca mediterrània i els seus voltants, que ha provocat el pas d'una situació de mercat de demanda a una situació de mercat d'oferta, amb una major compe-

tència entre les zones de destinació i, per tant, en una situació en què la comercialització turística està adquirint cada vegada més importància.

## **Estructura espacial del flux i de la infraestructura turística**

Les activitats turístiques segueixen unes pautes i una dinàmica de localització pròpia, diferent de la resta de l'activitat econòmica, perquè els recursos (en els quals es basa l'activitat turística) no es mouen, no es poden transportar, sinó que són els turistes els que es desplacen per consumir el «producte». Per tant, l'existència dels recursos marcarà la localització de l'activitat, els indrets on es crearan les infraestructures i la presència del flux turístic.

Podem afirmar, tal com veurem a les pàgines següents, que el turisme a Catalunya apareix *molt concentrat en el territori i també molt concentrat en el temps*, com a conseqüència del paper preponderant del litoral (platja-sol) en el conjunt dels recursos i pel caràcter estacional del fenomen turístic.

Exposem a continuació les dades més significatives de l'anàlisi de l'estructura espacial del turisme que, en definitiva, avalen les afirmacions anteriors. En concret, ens referirem a la caracterització espacial del flux turístic i al model de localització de la infraestructura turística (equipament d'allotjament i complementari). I això ho farem amb una perspectiva temporal, per la qual cosa podrem indicar alguns trets bàsics de la dinàmica espàcio-temporal i, per tant, detectar pautes de difusió o extensió espacial de l'activitat turística a Catalunya en les darreres dècades. La necessitat de seleccionar els continguts justifica encara més l'ús de «mapes» i «xifres» per resoldre aquest apartat.

*El flux turístic.* Les estimacions que s'han realitzat sobre l'origen dels usuaris de l'oferta d'allotjament reflecteixen el paper que té la demanda interior, que amb freqüència és oblidada o infravalorada en el conjunt del flux turístic. En els darrers anys, entorn del 65 per cent de les pernoctacions hoteleres (en 1989 el total fou de 19,8 milions, el 15,1 per cent del conjunt espanyol) han estat realitzades per viatgers estrangers, mentre que més de la meitat (55 per cent) de les extra-hoteleres han estat realitzades per clients espanyols.

Si tenim en compte la magnitud de l'oferta de càmpings i de segones residències i apartaments, deduïm fàcilment el paper rellevant del turisme interior, que representa quasi la meitat de la demanda global i que, també, participa en una proporció similar en el valor del consum turístic total. La presència del turisme estranger és majoritària al litoral, però és poc significativa a l'interior i a la zona pirinenca, on la presència de turistes espanyols és predominant i quasi exclusiva.

En els darrers deu anys, el percentatge d'espanyols que han realitzat vacances ha oscil·lat entorn al 45 per cent de la població, mentre que a Catalunya aquesta proporció augmenta fins a arribar al 50-55 per cent. Quasi la meitat d'aquestes persones es queden a la pròpia regió per passar les vacances. Catalunya és, a més, en ordre d'importància la tercera destinació preferida pels espanyols (amb un 14 per cent de les preferències), després d'Andalusia i de la zona de Llevant.

En 1990, els visitants estrangers entrats a Catalunya foren 14,8 milions, xifra inferior a la de 1989 (15,32 milions) i a la de 1988 (15,37 milions, que va suposar el rècord històric). Aquestes quantitats representen al voltant del 30 per cent del conjunt de visitants entrats a Espanya. El creixement del nombre de visitants a partir dels anys cinquanta ha estat espectacular, tot i que en l'evolució s'observen períodes amb comportaments diferenciats. En 1960, els visitants no van arribar als dos milions, el 1965 van entrar a Catalunya 5,1 milions, el 1970 més de 8 milions i el 1973 s'assoliren els 12 milions. Des de 1974 fins els primers anys vuitanta, el nombre de visitants ha oscil·lat entorn als 10-12 milions, amb un cert estancament en consonància amb el comportament de la demanda internacional. A partir de 1985, després d'un decenni de crisi, s'observa un període d'expansió que durà fins l'any 1989, i que es concreta en un increment del nombre de visitants. Aquest comportament també s'observa en el conjunt d'Espanya, sens dubte com a reflex de la recuperació econòmica europea.

Tot i que en 1990 es va comptabilitzar la xifra de 14,8 milions de visitants, en realitat han de considerar-se com a turistes en sentit estricte al voltant de 10-11 milions, ja que s'estima que la resta dels visitants es desplacen per motius no turístics. Les *vies d'entrada* del flux turístic apareixen *molt jerarquizades*. Així, en els darrers anys el 85 per cent dels visitants van entrar a Catalunya per carretera (més del 62 per cent per l'autopista de la Jonquera). A gran distància apareixen, com a segones vies d'entrada, els aeroports (entorn al 8 per cent) i després el ferrocarril (6 per cent) i, finalment, els ports marítims (1 per cent).

La carretera, que sempre ha tingut un paper important, ha adquirit un major protagonisme des de la construcció de l'autopista i la millora de la xarxa viària. A més a més, es beneficia de l'avantatge de la proximitat de Catalunya als principals països d'origen del flux turístic. Aquesta circumstància ha estat aprofitada pels operadors turístics i per l'administració, que han portat a terme en els darrers anys una promoció turística orientada a la potenciació del turisme per carretera i, en especial, del turisme en autocar (gran desenvolupament del «autocarisme» com a modalitat de desplaçament), que s'ha vist notablement incrementat. Dels estrangers que entren per la Jonquera (autopista i N-II) el 65 per cent arriben amb turismes i similars i, com a fet destacat, cal mencionar que al voltant del 30 per cent arriben en autocar.

El tràfic aeri turístic és poc important en comparació amb el d'altres destinacions turístiques espanyoles (importància de les Illes). L'aeroport Girona-Costa Brava, que fonamentalment és un aeroport turístic, rep la major part dels visitants que arriben a Catalunya per via aèria, que a més procedeixen en la seva major part del Regne Unit.

L'arribada a Catalunya dels visitants estrangers té lloc principalment durant l'estiu, la qual cosa suposa una forta estacionalitat, sobretot si tenim en compte que juliol i agost concentren quasi el 40 per cent del flux de visitants. Això corrobora l'afirmació inicial referent a la *concentració temporal del turisme*, a més de la seva concentració territorial. No obstant això, en els darrers anys s'han potenciat les estades en temporada baixa i, tot i que els resultats no són molt satisfactoris, s'està observant una lleugera tendència a incrementar-se l'arribada de visitants en els mesos de juny i setembre.

L'origen del flux turístic estranger també presenta una marcada concentració geogràfica. Més del 90 per cent dels visitants que entren a Catalunya procedeixen d'Europa, prin-



palment de França (oscil·la al voltant del 40 per cent), Alemanya (20 per cent), Regne Unit (8 per cent), Països Baixos (8 per cent) i en els darrers anys destaca el fort creixement dels visitants procedents d'Itàlia (7 per cent). Les dades referents a les pernотacions en hotels i càmpings coincideixen amb la composició de l'origen que hem indicat a excepció de la menor presència de francesos en els allotjaments turístics, ja que una bona part de les seves entrades corresponen al moviment fronterer diari.

El 75 per cent dels visitants que entren a Catalunya té com a destí alguna localitat catalana, mentre que la resta no hi pernотca o va de pas cap a altres destinacions turístiques. Les principals ciutats turístiques catalanes a les quals es dirigeixen els visitants estrangers són, per ordre d'importància: Lloret de Mar, Roses, Barcelona, Calella, Figueres, l'Escala, Salou, Platja d'Aro i l'Estartit, entre altres. Sens dubte, el litoral és la destinació quasi exclusiva del turisme receptiu.

El coneixement del flux turístic és limitat a causa de la parcialitat i poca fiabilitat de les fonts d'informació que hi ha sobre el tema. A més d'això, cal subratllar la inexistència de dades sobre la mobilitat dels turistes en les zones d'estada i sobre altres aspectes del seu perfil i comportament. Només es disposa de dades de situacions específiques o casos concrets. També es publiquen enquestes, però de contingut desigual. Cal citar la informació que sobre la demanda turística es publica en *La temporada turística a Catalunya* (anual), editada pel Departament de Comerç, Consum i Turisme, des de 1982.

*La infraestructura d'allotjament i l'equipament complementari.* La infraestructura turística i, en particular, la d'allotjament comprèn equipaments de diversa naturalesa que satisfan demandes i manifestacions turístiques diferenciades. El 1989 la capacitat d'allotjament de Catalunya s'estimava en 2.939.845 places, de les quals 216.249 eren places hoteleres i similars (inclou les fondes i cases d'hostes, les residències a cases de pagès i els establiments balnearis), 294.831 eren places de càmpings i la resta, es a dir 2.428.765, corresponien a places de segones residències i apartaments. A continuació, assenyalarem algunes de les característiques més significatives de cadascuna de les ofertes d'allotjament indicades, i particularment la seva evolució i pautes de distribució espacial. Cal aclarir, però, que les dades publicades per la Generalitat de Catalunya no sempre coincideixen amb les facilitades per la Secretaria General de Turisme de l'administració central, que són les que ens han permès fer-ne l'anàlisi evolutiva.

Catalunya, pel fet d'ésser una de les regions pioneres del turisme peninsular, sempre ha tingut un pes destacat en el conjunt de la oferta hotelera espanyola. En els anys seixanta l'oferta hotelera catalana representava un 30 per cent. Avui les 216.249 places de 1989 (181.686 places hoteleres en sentit estricte l'any 1988, segons l'*Anuario Estadístico de España*) suposen només el 20 per cent.

El 1964 a Catalunya existien 94.721 places, que van passar a ser 129.795 el 1970 i 172.604 el 1975 (veure figura 1). A partir d'aquest any i fins 1984, l'oferta hotelera no va créixer en xifres globals, comportament que es relaciona amb l'estancament de la demanda i amb la crisi específica de l'hoteleria (reestructuració del sector). En els darrers anys s'ha donat una nova fase expansiva, tot i que es concreta en determinats segments de l'oferta (hotels de 4 i 5 estrelles, principalment) i en determinats nuclis deficitaris, entre ells Barcelona. No obstant això, el procés de reconversió continua en els nuclis més saturats que tenen una oferta obsoleta.

L'oferta hotelera apareix molt concentrada al litoral en correspondència amb la localització del recurs «sol-platja» (veure figura 2). També una zona destacada, però en un segon nivell, és el Pirineu, gràcies a les activitats turístiques d'estiu i d'hivern (doble estacionalitat). Però, a més a més, trobem hotels arreu de Catalunya pel fet que aquest tipus d'allotjament obeeix també a demandes no turístiques, i això explica l'oferta dels nuclis de l'interior de Catalunya i en particular de les poblacions més grans. Les dades a escala municipal i comarcal constaten la concentració territorial. Així, els 68 municipis amb façana litoral que tenen oferta hotelera concentren més del 80 per cent de les places i en els sis primers municipis es localitza més de la meitat del conjunt català, la qual cosa dona una clara idea del grau de concentració. Aquests municipis són Lloret de Mar (30.926 places el 1989, sense comptar-hi les fondes i cases d'hostes), Barcelona (27.624), Calella (15.470), Vilaseca-Salou (12.730), Roses (6.196) i Tossa de Mar (6.420 places). Les dades comarcals, evolutives des de 1964, es recullen a la taula 1 de l'annex.

La concentració temporal —estacional— d'aquesta oferta queda patent en les dades de la Taula 1. Però, a més, aquesta *concentració estacional* es projecta de forma *desigual sobre el territori*, tal com s'observa en la figura 3 (dades del mes de gener) i en la comparació amb la figura 2 (dades del mes d'agost, és a dir, de l'estiu).

L'evolució de l'oferta de càmpings s'ha caracteritzat per un creixement continu, a diferència del que ha succeït amb l'oferta hotelera. De les 70.000 places existents l'any 1964, es passà a les 153.000 el 1980 i a les 294.831 de l'any 1989, destacant el fort increment que s'ha produït en els darrers vuit anys, segons les estadístiques oficials. La capacitat actual representa el 45 per cent de l'oferta del conjunt espanyol. No obstant això, el ritme de creixement de l'oferta no ha estat tan gran com es dedueix de les xifres indicades, ja que també hem de considerar que s'ha donat un canvi de criteri en la comptabilització de la capacitat, la qual cosa ha posat de manifest que en el passat es donaven dades infravalorades.

El grau de concentració espacial de l'oferta de càmpings és encara més marcat que en el cas dels hotels (veure figura 4). Això es deu al caràcter exclusivament turístic d'aquest tipus d'oferta d'allotjament. Els càmpings es localitzen fonamentalment en els municipis costaners i de forma bastant homogènia al llarg de tot el litoral. Aquest model de localització contrasta amb l'existent en els anys seixanta, ja que la major part dels càmpings es localitzaven al Maresme i a la Costa Brava. Finalment, hem de destacar el fort creixement de càmpings i places en les comarques pirinenques. La concentració temporal —estacional— d'aquesta oferta queda patent en les dades de la Taula 1. Però, a més, aquesta concentració estacional es projecta de forma desigual sobre el territori, tal com s'observa en la figura 6 (hivern) i en la comparació amb la figura 5 (estiu).

Els municipis amb més places de càmpings són: Viladecans (14.925 places el 1989), Mont-roig del Camp (12.666), Cambrils (13.503), Sant Pere Pescador (12.378), Torroella de Montgrí-l'Estartit (11.403), Castell d'Aro (10.176), Salou, Blanes, Tarragona i Pals entre altres. Les dades comarcals, que presenten forts contrastos, es recullen a la taula 2 de l'annex.

Un altre tipus d'infraestructura d'allotjament turístic són les segones residències (concepte que inclou estadísticament els apartaments), que el 1960 quasi no superaven les 40.000, i en deu anys van passar a 148.000. El cens d'habitatges de 1981 va donar per a Catalunya la xifra de 339.000 i les estimacions realitzades el 1987 donen la quantitat de 571.000, que

multiplicades pel mòdul 4,25 places per habitatge donen com a resultat un total de 2.428.000 places d'aquest tipus d'oferta. El model de localització de les segones residències és semblant al que hem descrit per al cas dels hotels (eix litoral com a element bàsic, localització més feble a l'interior i al Pirineu amb una major densitat que a l'interior). Hem d'afegir, però, com a fet distintiu la presència —amb intensitat semblant a la costa— de segones residències als voltants de Barcelona (regió metropolitana), en clara relació amb l'oci de proximitat, i que una part d'aquestes residències tendeixen a convertir-se en residències principals (veure taula 3 de l'annex). Les dades que s'estan recollint pel al cens d'habitatges de 1991 donaran més llum sobre aquest fenomen.

A més de l'oferta d'allotjament, la infraestructura turística comprèn diversos equipaments complementaris per a la pràctica de les activitats d'oci, que qualifiquen i incrementen la categoria dels diversos espais turístics, actuant com a factors d'atracció, que se sumen als elements geofísics. De vegades suposen l'adequació de determinats recursos naturals. Cal referir-nos, entre altres, als 11 camps de golf, 5 en construcció i 24 en projecte, amb la qual cosa en un termini de quatre anys es triplicarà l'oferta actual. Un altre tipus d'infraestructura en expansió la constitueixen els ports esportius, que de 36 existents el 1990, amb 13.320 amarratges, es passarà a quasi seixanta l'any 2000, i el doble d'amarratges. De les instal·lacions en projecte, sis es troben en construcció.

El turisme hivernal compta a Catalunya amb molta tradició, però no va ser fins els anys seixanta i setanta quan es van construir la major part de les estacions d'esquí que existeixen avui. En total són 12 estacions d'esquí alpí amb un total de 116 remuntadors mecànics i una capacitat de transport de 60.000 persones/hora, i 11 estacions d'esquí nòrdic. El desenvolupament d'aquest tipus de turisme ha permès dinamitzar l'economia de les comarques de muntanya afectades.

A més de les infraestructures assenyalades hem de mencionar, entre un ampli inventari, l'existència de 13 balnearis, de tres casinos i de vuit parcs aquàtics. A més, és prevista la construcció d'un gran parc d'atraccions a la costa tarragonina, després que Disneylandia-Europa decidís ubicar-se a París, i existeixen nombrosos projectes de parcs temàtics.

## **Transformacions territorials i especialització productiva**

El coneixement de la implantació espacial de la infraestructura turística i, indirectament, de l'afluència turística ens ha permès constatar la seva distribució desigual en el territori, i particularment la concentració en determinades parts del país. És en aquestes zones on més clarament es farà patent el paper del turisme com a fenomen caracteritzador dels espais productius i com a factor estructurador, a distintes escales, del territori català (impactes socials, econòmics i territorials del turisme).

En aquest apartat recollim, com a resposta a les qüestions indicades, unes consideracions generals referents al paper urbanitzador del turisme, a la especialització productiva del territori arran de l'atribució de funcions i usos turístics i, com a conseqüència dels dos processos anteriors, a l'impacte en les estructures territorials a escala regional.

L'impacte urbanístic del turisme s'ha d'entendre en sentit ampli i, per tant, abasta tant l'espai construït com l'espai intersticial que forma part de l'espai de consum turístic. Aquest *espai construït* té una dimensió vertical, en altura, i una dimensió horitzontal. La consideració del nombre d'establiments i de segones residències que hem fet a l'apartat anterior ha suposat una primera aproximació de la seva magnitud. Cal, però, considerar altres indicadors més precisos sobre la dimensió superficial i la distribució geogràfica.

El desenvolupament urbanístic del turisme s'ha produït d'una manera desigual i amb efectes heterogenis segons la localització: *zona litoral, interior o muntanya*. Aquestes desigualtats i aquesta heterogeneïtat es donen, a més, tant en termes quantitius com qualitatius, la qual cosa ens porta a unes conclusions específiques per a cada cas i a unes conclusions generals, tal com es constaten en el *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*, quan s'analitza l'urbanisme turístic. De les conclusions generals d'aquesta obra (Miguelsanz, 1983: 171-172) recollim les que apareixen més lligades al nostre enfocament:

— La introducció d'una diversitat de models d'edificació, poc aptes per a la quadrícula de suport, i d'ocupació de l'espai. El creixement fort «en altura» en les àrees de primera línia i en la major part dels municipis és un fet destacat.

— La forta concentració d'infraestructures, produïda arran de l'alta densificació, i que massa sovint degrada les condicions urbanes. Això porta a una manca d'espai que suposa una dificultat per poder donar resposta a les noves necessitats en matèria d'infraestructures, equipaments i serveis complementaris.

— El deteriorament general del medi ambient arran de l'ús no racional dels recursos naturals i l'absència d'una planificació urbanística prèvia que servís per encarrilar i potenciar el desenvolupament de la activitat turística.

*La distribució geogràfica* de les urbanitzacions de segona residència ha estat objecte d'un estudi col·lectiu (Argemí, Nadal, Ribes i Ponsa, 1982), en el qual a partir d'un treball de seguiment fotogràfic de Catalunya es va determinar la seva ubicació i, a més, el grau o nivell de densitat de construcció. Cal aclarir que es refereix a les urbanitzacions de segones residències i, per tant, no s'han tingut en compte els apartaments, cases pairals, habitatges dins les zones urbanes i altres formes de construcció. Dels seus resultats en recollim les dades globals.

Es van detectar urbanitzacions de segones residències a 352 municipis dels 935 existents. La superfície destinada a urbanitzacions de segona residència era de 588,25 quilòmetres quadrats (l'1,8 per cent del territori català). Entre les característiques més destacades cal citar: a) el 40 per cent de la superfície assenyalada no estava construïda; b) l'oferta de parcel·les en urbanitzacions de segones residències és molt superior a la demanda potencial (baix nivell de construcció i ocupació); c) el baix nivell de construcció ve motivat, en part, per l'excés d'oferta, però també cal tenir en compte l'adquisició de terrenys amb finalitats especulatives; d) l'existència d'un considerable nombre d'urbanitzacions il·legals.

Pel que fa a la localització de les urbanitzacions, l'esmentat estudi revela que aquesta es concreta, fonamentalment, a les comarques del Vallès Occidental, Baix Llobregat (interiors) i l'Anoia. En concret, les comarques que tenen més del 9 per cent del seu terri-

tori ocupat per urbanitzacions de segones residències són: el Baix Llobregat, Vallès Occidental, Maresme, Garraf, Baix Penedès i Tarragonès. Les que tenen entre un 5 i un 8 per cent eren el Baix Empordà i la Selva; i les que tenien entre l'1 i el 4 per cent eren el Baix Ebre, Baix Camp, Alt Camp, Alt Penedès, Anoia, Bages, Vallès Oriental, Osona, Gironès, Alt Camp i la Cerdanya.

D'altra banda, els resultats d'un altre estudi (Lleonart, 1982) no s'allunyen dels anteriors. En total es van detectar 302 municipis amb 1.752 urbanitzacions de segones residències que ocupen al voltant de 49.500 hectàrees i tenen uns 208.000 habitatges construïts, amb una mitjana de 4,2 habitatges/ha. Aquests resultats cal considerar-los a la baixa per l'efecte de l'ocultació i pel fet que les obertes il·legalment no van ser «declarades» a l'hora d'omplir l'enquesta. La baixa ocupació ens mostra el caràcter especulatiu d'una gran majoria de les urbanitzacions de segona residència a Catalunya.

A les comarques costaneres, com la Selva i el Maresme, però sobretot a les comarques de prop de Barcelona, com el Vallès Occidental, el Vallès Oriental, el Baix Llobregat i el Penedès, és on el fenomen s'ha desenvolupat més intensament. A més, els municipis rurals són els que enregistren un major nombre d'urbanitzacions.

*L'ús turístic* és un dels components fonamentals dels canvis funcionals de l'espai català, tal com dèiem en la presentació. Cal ara anar més enllà del coneixement de les pautes de localització de les infraestructures i, fins i tot, de l'anàlisi de les taxes de funció turística a escala municipal (López Palomeque, 1982a). Cal constatar el seu significat i l'impacte real des de la perspectiva de l'especialització productiva de l'espai, és a dir, identificar els espais especialitzats per la seva funció productiva turística.

Per aproximar-nos als objectius indicats farem ús dels resultats de dos estudis, presentats el 1984; però publicats l'any 1987. En primer lloc, ens referim a l'estudi de X. Estivill (1987) referent a les zones homogènies en la interpretació de la realitat territorial de Catalunya. Es presenta una anàlisi socio-estructural del territori a partir de la territorialització de variables (població, consums, habitatges secundaris, places hoteleres, telèfons, etc, fins un total de 25) aplicades a 113 «zones» resultants de l'agrupament de municipis, a partir de l'anàlisi estadística multivariable, i amb la finalitat de determinar les zones homogènies, es a dir, una tipologia del territori català.

El resultat permet establir quatre classes d'àrees territorials —zones homogènies—. Una classe correspon a les *àrees turístiques* que comprèn 17 zones. Aquestes es caracteritzen per les variables del nombre d'habitatges secundaris i població flotant i per l'alt índex dels indicadors de consum. Tenen els nivells d'indicadors de renda més alts de tota la població. Corresponen a la zona litoral menys poblada, a excepció de les terres de l'Ebre i una franja entre el Baix i l'Alt Empordà, a més de la Vall d'Aran i la Cerdanya. En concret, a més d'aquestes *zones pirinenques*, les altres són: *una zona* que abasta part del Baix Camp (12 municipis) més el municipi de Vila-seca-Salou del Tarragonès; *una zona* que abasta deu municipis del Tarragonès (discontínua respecte a la zona anterior), més tota la comarca del Baix Penedès, més un municipi del Garraf; *una zona* petita, que en realitat correspon al municipi de Sitges; *una zona* petita que correspon a dos municipis del Maresme (Vilassar de Mar i Cabrera); *una zona* petita que correspon a dos municipis del Maresme (Calella i Pineda); *una zona* extensa que abasta tres municipis de la Selva (entre ells Lloret i Tos-

sa), un del Gironès i 11 del Baix Empordà, que comprèn els municipis litorals i de segona fila de l'anomenada Costa Brava-centre; i, finalment, una zona extensa que abasta 20 municipis de l'Alt Empordà, litorals i termeners amb aquests.

El segon estudi és el realitzat per A. Cabré i I. Pujadas (1987), sobre activitat econòmica i potencial demogràfic a les ciutats catalanes i en el qual es presenta una tipologia dels municipis grans de Catalunya a partir d'indicadors d'activitat econòmica i d'estructura demogràfica, a més a més de mostrar els canvis esdevinguts en el període 1976-1980. El resultat és l'establiment de 9 categories de municipis, entre les quals no n'hi ha cap que abasti exclusivament els municipis de base econòmica turística. Això és degut a la dificultat d'utilitzar indicadors precisos, al fet que la mateixa activitat turística és inductora de diversos subsectors (comerç, construcció, administració...), i a les limitacions de l'escala d'anàlisi (grans nuclis).

Els resultats de l'estudi de Cabré i Pujadas donen un grup de «Centres administratius, comercials i turístics» que comprèn 20 unitats, entre elles les *ciutats turístiques* de Roses, Palamós, Lloret de Mar, el Vendrell i Vilassar de Mar (recordem que a l'estudi es considera municipis grans els que tenen més de 5.000 hab. i les capçaleres de comarca), que han tingut una expansió demogràfica en els darrers anys. A més, una altra categoria és la de «*Suburbis turístics*», que comprèn tres ciutats: Castelldefels, Vila-seca-Salou i Cambrils de Mar, que uneixen al seu caràcter marcadament turístic la proximitat als centres urbans més importants (Barcelona i Tarragona-Reus). Han tingut un creixement urbanístic explosiu, basat sobretot en les segones residències, però també en un creixent nombre de població estable que tendeix a fer-ne ciutats dormitori d'un tipus nou. També el creixement demogràfic ha estat important.

El fenomen turístic i la segona residència són factors que expliquen les diferències de creixement urbà, econòmic i demogràfic a Catalunya, tal com s'ha posat de manifest en diversos estudis sobre rendes comarcals, sobre comportament demogràfic i sobre urbanització. S'ha estimat (Clusa, 1987) que el fenomen turístic va generar el 30 per cent del creixement urbà durant el decenni 1970-1980, en el qual trobem els anys de crisi econòmica. Pel que fa als anys 80 es va tornar a viure un «boom» urbanitzador en el litoral català, especialment des de 1984-85 (Oliveras, 1989), increment de la urbanització que apareix relacionat bàsicament amb les segones residències i que coincideix amb els anys de la reactivació econòmica.

## Una visió de conjunt

Els continguts dels apartats anteriors, com a expressió simplificada de la realitat, ja suposen un esquema-model de la dimensió geogràfica del turisme a Catalunya. No obstant això, convé considerar els fets explicatius i, d'altra banda, també convé recordar aquells trets no esmentats que sorgeixen de la interrelació o juxtaposició de fets descrits en els apartats anteriors. Cal recordar que algunes idees apareixen desenvolupades en obres que es recullen en la bibliografia i també en un estudi que hem realitzat recentment (López Palomeque, 1989).

L'activitat turística està estretament vinculada amb l'espai geogràfic, ja que la valoració social dels seus elements el converteixen en factor d'atracció i en escenari de la pràctica

turística. Aquest elements geofísics són, a l'hora de la veritat, els únics recursos naturals que han donat un rendiment econòmic important a Catalunya.

L'explotació d'aquests recursos ha provocat sovint la seva degradació i contaminació, tal com és el cas de l'impacte en les zones boscoses, la destrucció d'aiguamolls o bé la contaminació de les aigües marines al llarg del litoral. La situació havia arribat a límits crítics que, fins i tot, posaven en perill l'activitat turística. Per aquest fet, i per l'impacte irreversible en el medi ambient, en els darrers anys s'ha procedit a diverses actuacions orientades a canalitzar i resoldre aquests problemes.

El conflicte entre turisme i altres activitats també és important. Tenim exemples clars de competència per la «terra» en les planes litorals més dinàmiques (Empordà, Maresme...). Però, el problema estructural —sense obviar-ne altres— se centra en la competència pels «inputs» (aigua, força de treball, inversions...).

A Catalunya els recursos lligats amb els elements culturals són cada vegada més importants, com a resultat de dues circumstàncies. La primera, perquè han anat sorgint altres destins competidors basats en els recursos platja-sol, i per tant com a estratègia cal enriquir i completar l'oferta amb altres atractius; la segona, perquè en la darrera dècada s'ha desenvolupat el turisme de proximitat (lleure de proximitat, flux de cap de setmana...) lligat amb la demanda del país. Aquest fenomen ha suposat la valoració i, en conseqüència, la potenciació com a recurs de diversos elements culturals i també naturals de l'interior. Bona part de Catalunya s'ha convertit en espai de lleure, en espai turístic per a les persones que viuen a Barcelona i l'àrea metropolitana.

A més de la diversitat dels recursos turístics, hem constatat l'existència d'un *flux turístic diversificat*, en el qual la demanda interior assoleix un paper important, a diferència de determinades regions mediterrànies menys desenvolupades i sense la proximitat d'una regió urbana com la de Barcelona. Paral·lelament a l'evolució del flux turístic (exterior i interior), s'ha anat construint la infraestructura turística, tant d'allotjament com la complementària, a un ritme i amb unes pautes de difusió espacial que *grosso modo* es poden identificar amb les fases i els comportaments dels components del fenomen turístic, que alguns autors entenen com a models geoturístics (Butler, Miossec...) referits a l'evolució de les àrees turístiques.

En la periodització del desenvolupament turístic de Catalunya ens hem de referir, si ens situem en el començament del turisme de masses, a una fase d'inici del creixement o moments de l'expansió turística que correspon als anys cinquanta; a una fase d'expansió i de fort creixement del flux i de la infraestructura, que va de 1960 a 1973; a una etapa d'estancament i crisi que comprèn pràcticament el decenni 1974-1984 i una fase de reactivació que arriba al començament del anys noranta, malgrat que en el darrer any han aparegut comportaments incerts i interrogants pel que fa al moviment turístic (el fenomen de la segona residència pot evolucionar amb altres pautes).

L'etapa de saturació i crisi va comportar la necessitat de portar a terme noves estratègies, com els processos de substitució i de modernització dels tipus d'allotjament en crisi. D'altra banda, en la fase de recuperació apareixen altres estratègies, com la creació d'infraestructures complementàries per tal de qualificar l'oferta i l'espai turístic en conjunt (piscines en hotels, parcs aquàtics, camps de golf i ports esportius, per posar-ne alguns exemples).

L'anàlisi intraregional posa de manifest l'existència d'uns espais turístics diferenciats, que d'altra banda tenen una personalitat pròpia accentuada per l'acceptació i difusió de la seva denominació geoturística. Les dades aportades en els apartats anteriors (a més dels mapes i les taules) ratifiquen aquesta afirmació. Des d'una perspectiva temporal, podem afegir que els diversos espais i centres turístics han tingut una evolució diferenciada segons els seus atributs naturals, la seva posició i la seva incorporació al procés de desenvolupament turístic (nuclis pioners, zones centrals, zones externes, zones de l'interior...). En definitiva, en les darreres dècades el procés s'ha caracteritzat per la consolidació de les zones pioneres, que podem anomenar «centrals» (avui en reconversió i reorientació dels tipus d'allotjament), i de l'expansió espacial cap al sud i zones «externes», particularment a la Costa Daurada, i també cal al Pirineu, però amb menor magnitud quantitativa. En aquest darrer, cas es basa en la valoració social d'altres recursos naturals i culturals (turisme verd, esquí...), diferent a la valoració del binomi platja-sol, en la qual es fonamenta la supremacia del litoral.

Les activitats turístiques i la segona residència s'han desenvolupat sobre un espai, principalment litoral, on trobem un poblament, dens i jerarquitzat, en termes comparatius amb altres regions turístiques; una diversitat de funcions econòmiques, en general competitives, i unes estructures socials i econòmiques modernes o en vies d'adaptació a les noves exigències productives. En definitiva, es tracta d'un espai litoral de fort atractiu econòmic, de confluència d'activitats i de conflictes i competència pels recursos. En aquest sentit, a Catalunya, i particularment a l'eix litoral i prelitoral, trobem una *estructura productiva diversificada*, per la qual cosa és difícil distingir a petita escala *espais especialitzats*. A més, no hem d'oblidar el caràcter estacional del turisme, que li resta «presència física» en el territori.

El turisme ha generat, com a factor d'urbanització, un continu urbà al llarg del litoral català, només trencat per l'existència de costa abrupta, tot i que presenta densitats d'ocupació diferents en funció de l'antiguitat del poblament, la intensitat d'altres activitats productives i les característiques del medi natural. La difusió de l'espai construït a una segona línia entre 10-15 qm, per saturació de la primera línia de costa, s'està generalitzant. No obstant això, a Catalunya aquest fenomen no és tan accentuat com en altres regions litorals, pel fet que l'ocupació és més antiga i perquè el fenomen de la segona residència —lligada al lleure de proximitat— va integrar els espais prelitorals i interiors al teixit d'assentaments turístics.

Una altre efecte del turisme ha estat la urbanització de l'espai rural a partir de la difusió cap a l'interior i cap a la muntanya dels assentaments turístics (en construccions compactes o en urbanitzacions), la qual cosa ha comportat, també, la dinamització social i econòmica d'aquests indrets. També, ha comportat el manteniment, la recuperació i la rehabilitació d'una part important del patrimoni edificat que s'havia abandonat, fins i tot enrunat, pel fenomen del despoblament. Aquest fet és clarament observable quan analitzem l'evolució, la composició i l'ús del cens d'habitacles de molts pobles de l'interior i de muntanya.

L'anàlisi del comportament espàcio-temporal dels components bàsics que conformen les activitats turístiques, i el fenomen de la segona residència, amb la configuració d'espais turístics diferenciats, ens porta a afirmar que «Catalunya, regió turística apareix només com a unitat operativa d'anàlisi (estudiar el turisme a Catalunya) i, d'altra banda, també com



a àmbit territorial d'actuació de l'administració pública catalana («regió administrativa-turística»). Hem de dir, però, que com a resultat de l'existència d'una política turística pròpia del país o l'efecte mimètic que comporta, s'avança també cap a la configuració d'una «regió turística de gestió». En aquest procés cal situar l'objectiu expressat des de l'administració d'aconseguir el reequilibri territorial de l'activitat turística a Catalunya i, també, la petició dels sindicats de la necessitat d'elaborar un Mapa del Turisme de Catalunya, petició que està lligada amb el propòsit d'evitar els costos socials derivats dels moments de crisi i de racionalitzar i optimitzar l'oferta i els recursos.

La caracterització dels components estudiats ens porta a afirmar que el desenvolupament del turisme a Catalunya es troba en una fase avançada, en qualsevol cas lluny dels primers moments d'expansió, i que a escala del conjunt de Catalunya o bé considerant les diverses zones geoturístiques identifiquem els problemes propis d'espais turístics evolucionats. Això es observable en diversos aspectes: composició i grau de dinamisme de les infraestructures, aparició dels elements qualitius i que no són d'allotjaments, nivell d'adaptació i de conflicte, paper del sector públic i privat, estratègies dels operadors turístics o bé l'aparició de crisis periòdiques o cícliques.

En qualsevol cas, creiem que els problemes de les activitats turístiques no radiquen en el creixement i difusió de l'oferta o en la seva difusió espacial, malgrat que encara hi ha marge pel creixement de la capacitat d'allotjament, d'alguns segments particularment, i són previsible noves implantacions en indrets a afegir als actuals espais turístics. L'atenció se centra en el disseny d'estratègies per aconseguir l'eficàcia (eficiència econòmica i optimització dels recursos) d'aquest model geoturístic. Aquesta situació ve marcada per l'estat evolutiu en què es troba, per la posició «geogràfica» de Catalunya (segona perifèria respecte a països emissors europeus, a una distància d'uns mil quilometres que correspon a la distància de les zones de major freqüentació i intensificació turística) i pel sorgiment en els darrers anys de destins competitius que han determinat el pas d'una situació de mercat de demanda a una situació de mercat d'oferta.

## Selecció bibliogràfica i obres citades

- ANTON CLAVÉ, S. (1989): «Turismo y espacio litoral. Caracterización de los municipios costeros de Tarragona según su oferta turística básica», a *XI Congreso Nacional de Geografía. Comunicaciones*, vol. 3, Madrid, AGE- Univ. Complutense, pp. 232-241.
- ARGANY COMAS, I. (1984): *La segona residència a Catalunya*, Barcelona, D. G. d'Arquitectura i Habitatge de la Generalitat de Catalunya, Cambra Oficial de la Propietat Urbana de Barcelona.
- ARGEMÍ, J., NADAL, F., RIBES, M. i PONSÀ, J. (1982): «La segona residència a Catalunya», a *Reconeixement Territorial de Catalunya*, vol. 22, pp. 140-176 Barcelona, C.E.P. Generalitat de Catalunya, Departament de Política Territorial.
- BARBAZA, Y. (1988): *El paisatge humà de la Costa Brava*, Barcelona, Ed. 62, (Primera edició en francès 1966).
- BUTLER, R.W. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources», a *Canadian Geographer*, 24, 1: 5-12.

- CABRÉ, A. i PUJADAS, I. (1987): «Activitat econòmica i potencial demogràfic a les ciutats catalanes», a *Les ciutats petites i mitjanes a Catalunya. Evolució recent i problemàtica actual* (IIa Setmana d'Estudis Urbans a Lleida, 1984), pp. 89-116. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Institut Cartogràfic de Catalunya.
- CALS, J. (1974): *Turismo y política turística en España: una aproximación*. Barcelona. Ed. Ariel.
- (1982): *La Costa Brava i el turisme*, Barcelona, Kapel.
  - (1983): «El modelo turístico español», a *Estudios Turísticos*, 80: 15-19.
  - (1989): «El turisme i la segona residència» en NADAL, J. i SUDRIA, C. (Directors) *Història econòmica de la Catalunya contemporània*, vol. VI, pp. 314-343, Barcelona, F.E.C.
  - (1990): «La oferta turística y recreativa», a PARELLADA, M. (Director): *Estructura econòmica de Cataluña*, pp. 297-305, Madrid, Espasa Calpe.
- CLUSA, J. (1987): «El creixement econòmic i el creixement demogràfic com a factors estructurals del creixement urbà», a *Les ciutats petites i mitjanes a Catalunya. Evolució recent i problemàtica actual* (IIa Setmana d'Estudis Urbans a Lleida, 1984), pp. 21-53, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Institut Cartogràfic de Catalunya.
- DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA TERRITORIAL (1984): *Estat d'utilització de les platges del litoral català*, Barcelona, Generalitat de Catalunya.
- ESTIVILL, X. (1987): «Les zones homogènies en la interpretació de la realitat territorial de Catalunya», a *Les ciutats petites i mitjanes a Catalunya. Evolució recent i problemàtica actual* (IIa Setmana d'Estudis Urbans a Lleida, 1984), pp. 191-201, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Institut Cartogràfic de Catalunya.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1989): *La temporada turística a Catalunya*, (anual), Barcelona, Dt. de Comerç, Consum i Turisme.
- INSTITUT CATALÀ DE NOVES PROFESSIONS (1988): *Turisme: tecnologia i futur*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament d'Ensenyament, Aula Debat Tercer Cicle.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1982a): «L'oferta hotelera a Catalunya; L'oferta de càmpings i apartaments; Les taxes de funció turística», a *Atlas Socio-econòmic de Catalunya*, Barcelona, Caixa d'Estalvis de Catalunya —Ahorrobank— Servei d'Estudis del Banco Urquijo.
- (1982b): *La producción de espacio de ocio en Catalunya: La Vall d'Aran*, Tesis Doctoral, Facultad de Geografía e Historia, Universidad de Barcelona, (2 vol.; Carpeta de Mapes).
  - (1983): «Les activitats terciàries», Cap. XV de *Geografía General*, vol. 18; a *Gran Geografía Comarcal de Catalunya* (directora M<sup>a</sup> de Bolós), Barcelona, Fundació Enciclopèdia Catalana, pp. 306-379.
  - (1988): «Geografía del turismo en España: una aproximación a la distribución espacial de la demanda y la oferta de alojamiento», a *Documentos d'Anàlisi Geogràfica*, 13: 35-64.
  - (1989): *La dinámica temporal y espacial de la oferta turística en Catalunya. Aportación al conocimiento del modelo geoturístico catalán*, Barcelona, (Treball de recerca d'accés a càtedra).
- LLEONART, P. (Director) (1982): *Els Serveis Municipals a Catalunya* Barcelona. Generalitat de Catalunya. Departament de Governació.
- MARCHENA, M. (1989): «El turismo en España: razones de Estado, política regional y ordenación del territorio», a *XI Congreso Nacional de Geografía, Comunicaciones*, vol. 3, Madrid, AGE-Univ, Complutense, pp. 282-293.

- MIGUELSANZ ARNALOT, A. (director) (1983): *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*, Barcelona, Generalitat de Catalunya.
- MIOSSEC, J. M. (1977): «Un modèle de l'espace touristique», a *L'Espace Géographique*, 1: 41-48.
- OLIVERAS, J. (1989): «Urbanización y turismo en la zona costera catalana», a *XI Congreso nacional de Geografía, Comunicaciones*, vol. 3, Madrid, AGE-Univ. Complutense, pp. 346-355.
- PORTAL VALENZUELA, B. F. (1988): *La organización espacial de la Costa Brava catalana: Diagnóstico geográfico para la ordenación del litoral*, Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona.
- PRIESTLEY, G. (1983): *The role of tourism as an agent of social and cultural change: the case-study of Sitges*, Tesis Doctoral, Facultad de Filosofía y Letras, Univ. Autónoma de Barcelona.
- SÀNCHEZ, J. E. (1984): «La coherencia entre cambio social y transformaciones espaciales. El ejemplo de Cataluña», a *Geo-Crítica*, núm. 51, Barcelona, Universidad de Barcelona.
- (1985): «Por una Geografía del turismo litoral. Una aproximación metodológica», a *Estudios Territoriales*, 17: 103-122.
- VALENZUELA RUBIO, M. (1986): «Turismo y territorio. Ideas para una revisión crítica y constructiva de las prácticas espaciales del turismo», a *Estudios Turísticos*, 90: 47-56.
- VERA, J. F. (1990): «Turismo y territorio en el litoral mediterráneo español», a *Estudios Territoriales*, 32: 81-110.
- VILA FRADERA, J. (1961): «El turismo en Cataluña», a *Hoteles hoy*, pp. 153-209, Barcelona, Editur.

**Taula 1****Evolució de l'estacionalitat de l'oferta d'allotjament turístic: places hoteleres i places de càmpings****Oferta hotelera****Mesos**

ANY	G	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1964	41,7	41,7	43,9	59,3	89,1	97,6	99,7	99,6	98,4	73,7	42,4	41,6
1970	37,9	37,9	39,2	55,6	87,8	98,0	99,9	99,9	98,8	60,9	39,2	37,9
1979	37,0	37,0	38,6	54,2	87,7	97,8	99,2	99,7	98,1	67,3	37,2	37,1
1989	43,3	43,8	51,3	67,3	91,3	97,7	99,8	99,9	97,0	76,9	45,1	44,0

**Oferta campings****Mesos**

ANY	G	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1970	5,8	5,8	6,8	35,6	83,2	99,1	100	100	99,3	39,2	5,8	5,8
1989	30,8	31,7	41,0	68,2	85,4	98,6	100	100	93,8	42,6	32,3	31,5

Font: Guías de hoteles i Guías de campings de España i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989)

Taula 2

## Evolució de l'oferta hotelera, per comarques (1964-1970-1979-1989)

	1964			1970			1979			1989															
	h	b	Places	h	b	Places	h	b	Places	h	b	Places													
1 Alt Camp	0	4	0	1	0	15	15	0	253	253	0	5	5	0	114	114									
2 Alt Empordà	57	53	3.072	1.674	5.346	35	81	136	4.769	2.868	7.637	60	124	184	6.622	4.751	11.333	69	112	181	8.543	4.489	13.022		
3 Alt Penedès	2	0	2	72	0	0	16	16	96	162	228	1	6	7	96	162	228	2	5	7	114	156	270		
4 Alt Urgel	4	7	11	157	263	420	2	12	14	172	463	635	6	12	18	442	357	729	9	14	23	770	412	1.182	
5 Alta Ribagorça	3	4	7	301	120	421	2	8	10	330	298	628	3	10	13	302	424	806	3	14	17	494	607	1.101	
6 Ansoa	3	7	10	134	219	353	3	9	12	233	308	539	3	10	13	302	424	806	3	8	11	304	407	604	
7 Bages	6	0	6	461	0	461	2	8	10	123	307	420	5	12	17	446	394	859	4	12	16	431	336	767	
8 Baix Camp	7	8	17	407	219	626	6	11	17	434	269	803	13	25	38	1.983	912	2.875	19	30	49	4.123	1.212	5.337	
9 Baix Ebre	3	5	8	278	129	407	2	2	4	114	115	229	3	2	5	249	94	363	4	6	10	448	222	670	
10 Baix Empordà	151	88	229	10.637	2.378	12.807	125	118	243	10.520	4.000	14.600	123	115	258	11.057	4.544	15.077	121	96	217	11.235	3.626	14.861	
11 Baix Llobregat	31	24	53	1.399	563	1.962	26	31	57	1.473	889	2.322	25	29	54	1.540	806	2.256	14	25	39	1.039	801	1.840	
12 Baix Penedès	16	9	25	1.392	182	1.574	16	17	31	1.789	747	2.536	22	19	41	2.688	676	3.364	16	17	33	2.986	635	3.221	
13 Barcelonès	87	200	287	8.624	6.493	15.117	65	226	291	8.916	8.185	17.101	78	207	285	13.575	7.754	21.329	103	156	259	16.471	6.243	22.719	
14 Bregancs	31	7	38	5	201	245	446	2	9	11	122	335	457	2	18	20	110	308	618	2	15	17	125	489	614
15 Cadixins	3	6	3	1.673	203	1.876	20	2	4	1.324	717	2.071	20	21	41	1.594	862	2.486	27	23	50	1.919	1.023	2.942	
16 Costa de Barcelona	66	53	119	3.170	1.279	4.449	63	92	135	3.177	2.850	6.037	41	79	120	3.250	2.559	5.809	40	52	97	3.302	1.816	5.118	
17 Gironès	0	1	1	0	32	32	0	2	2	0	28	28	0	2	2	0	28	28	0	2	2	0	40	40	40
18 Garrinès	4	3	7	276	57	333	1	10	11	109	340	449	1	13	14	111	308	619	1	10	11	111	400	511	
19 Gerons	14	12	26	736	297	1.033	10	9	19	532	220	782	10	17	27	697	447	1.144	10	15	25	742	398	1.140	
20 Gironès	132	93	245	9.425	2.749	12.174	108	161	269	14.605	7.071	21.676	118	120	238	22.523	5.440	27.963	106	96	202	23.064	4.732	27.796	
21 Maremma	3	4	7	167	89	256	4	7	11	270	224	494	5	12	17	376	397	773	7	11	18	518	300	818	
22 Massana	1	3	4	2	95	117	2	7	9	174	208	382	3	8	11	210	270	480	4	11	15	246	374	620	
23 Noya	10	7	17	500	245	745	6	14	20	303	529	832	10	24	34	503	909	1.412	13	20	33	627	770	1.397	
24 Osona	5	7	12	256	203	464	2	7	9	114	326	440	2	12	14	134	440	574	4	11	15	231	432	663	
25 Pallars Jussà	6	4	10	295	143	438	7	13	20	596	408	1.004	6	22	28	697	842	1.529	9	25	34	892	500	1.792	
26 Pallars Sobirà	0	1	1	0	11	11	0	3	3	0	43	43	0	3	3	0	177	177	1	2	3	34	114	148	
27 Pla d'Urgel	3	4	7	134	75	209	2	7	9	115	173	288	2	11	13	98	342	440	3	11	14	105	363	488	
28 Priorat	0	3	3	0	53	53	0	0	0	1	14	14	0	2	2	0	76	76	0	2	2	0	76	76	76
29 Ribes d'Ebre	1	1	2	0	39	39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	104	104	104
30 Ribes d'Or	13	7	20	894	190	1.084	7	14	21	554	587	1.141	11	22	33	760	791	1.551	11	27	38	640	1.056	1.696	
31 Ripollès	2	5	7	220	151	371	1	6	7	74	346	420	2	5	7	231	243	474	2	4	6	240	261	501	
32 Segarra	11	13	24	576	404	980	7	18	25	411	1.088	8	22	30	681	898	1.579	12	24	36	1.149	946	2.095		
33 Segrià	197	140	337	15.333	4.570	19.903	161	201	362	17.255	8.637	25.892	173	203	376	31.807	9.546	41.353	167	168	335	33.612	8.401	42.013	
34 Solsonès	3	5	8	126	213	336	0	3	3	0	159	159	3	8	11	217	375	592	3	6	9	165	242	407	
35 Tarragona	26	21	47	2.046	629	2.675	19	32	51	2.792	1.223	4.015	41	38	79	12.594	1.635	14.229	48	36	84	16.899	1.614	18.423	
36 Terra Alta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	88	88	88
37 Urgel	1	9	10	48	212	260	1	7	8	66	218	284	1	5	6	66	170	226	1	5	6	4	179	220	
38 Vall d'Aran	4	11	15	181	436	617	6	17	23	429	656	1.282	12	23	35	1.384	944	2.368	26	25	51	2.440	1.007	3.447	
39 Vall d'Arenós	6	4	10	300	86	386	4	9	13	280	431	711	6	12	18	399	473	1.072	6	10	16	353	436	949	
40 Vallès Occidental	6	4	10	300	86	386	4	9	13	280	431	711	6	12	18	399	473	1.072	6	10	16	353	436	949	
41 Vallès Oriental	9	14	23	522	291	813	5	16	21	344	575	919	7	17	24	480	458	958	9	15	24	517	474	991	
<b>Catalunya</b>	<b>940</b>	<b>948</b>	<b>1.791</b>	<b>64.833</b>	<b>26.397</b>	<b>89.889</b>	<b>734</b>	<b>1.215</b>	<b>1.839</b>	<b>72.691</b>	<b>48.903</b>	<b>118.664</b>	<b>827</b>	<b>1.208</b>	<b>1.125</b>	<b>118.853</b>	<b>88.648</b>	<b>188.964</b>	<b>881</b>	<b>1.134</b>	<b>2.815</b>	<b>134.756</b>	<b>46.464</b>	<b>181.220</b>	

H: Hotels; L: Hostals; T: total

Font: Oficina de Informació de Turisme i desenvolupament turístic (G. Aguiló, Palma de Mallorca, 1997)

**Taula 3**  
**Evolució de l'oferta de càmpings per comarques (1970-79-89)**

		Establiments			Places		
		1	2	3	1	2	3
01	Alt Camp	0	0	0	0	0	0
02	Alt Empordà	23	35	36	9.884	19.369	21.605
03	Alt Penedès	0	0	0	0	0	0
04	Alt Urgell	2	2	7	318	318	1.826
05	Alta Ribagorça	1	1	3	180	189	664
06	Anoia	1	0	1	200	0	100
07	Bages	1	0	0	120	0	0
08	Baix Camp	19	25	21	8.323	16.866	19.567
09	Baix Ebre	3	5	6	993	1.838	3.126
10	Baix Empordà	34	38	46	18.158	26.074	33.520
11	Baix Llobregat	10	10	8	13.949	18.763	16.597
12	Baix Penedès	7	6	6	3.440	3.336	4.966
13	Barcelonès	3	2	1	723	573	375
14	Berguedà	1	0	4	120	0	1.790
15	Cerdanya	2	2	5	350	350	2.142
16	Conca de Barberà	0	0	0	0	0	0
17	Garraf	9	10	11	4.148	4.958	9.938
18	Garrigues	0	0	0	0	0	0
19	Garrotxa	1	2	3	400	580	621
20	Gironès	1	2	1	400	650	400
21	Maresme	38	35	34	12.533	12.397	13.529
22	Montsià	6	7	9	1.415	2.085	3.390
23	Noguera	2	2	2	330	120	120
24	Osona	0	0	0	0	0	0
25	Pallars Jussà	1	2	4	107	297	860
26	Pallars Sobirà	4	4	12	300	740	3.067
27	Pla d'Urgell	0	0	1	0	0	131
28	Pla de l'Estany	1	2	3	440	914	1.164
29	Priorat	0	0	0	0	0	0
30	Ribera d'Ebre	0	0	0	0	0	0
31	Ripollès	1	2	4	320	760	2.200
32	Segarra	0	0	0	0	0	0
33	Segrià	1	2	2	350	440	440
34	Selva	19	21	21	11.100	12.457	12.757
35	Solsonès	0	0	1	0	0	600
36	Tarragonès	23	32	36	11.946	21.526	33.127
37	Terra Alta	0	0	0	0	0	0
38	Urgell	0	0	0	0	0	0
39	Vall d'Aran	3	2	5	498	340	1.710
40	Vallès Occidental	0	0	0	0	0	1.320
41	Vallès Oriental	1	2	4	320	520	1.275
	<b>CATALUNYA</b>	<b>218</b>	<b>253</b>	<b>297</b>	<b>101.365</b>	<b>146.460</b>	<b>192.927</b>

1=1970; 2=1979; 3=1989

Font: Guías de campings de España i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989)

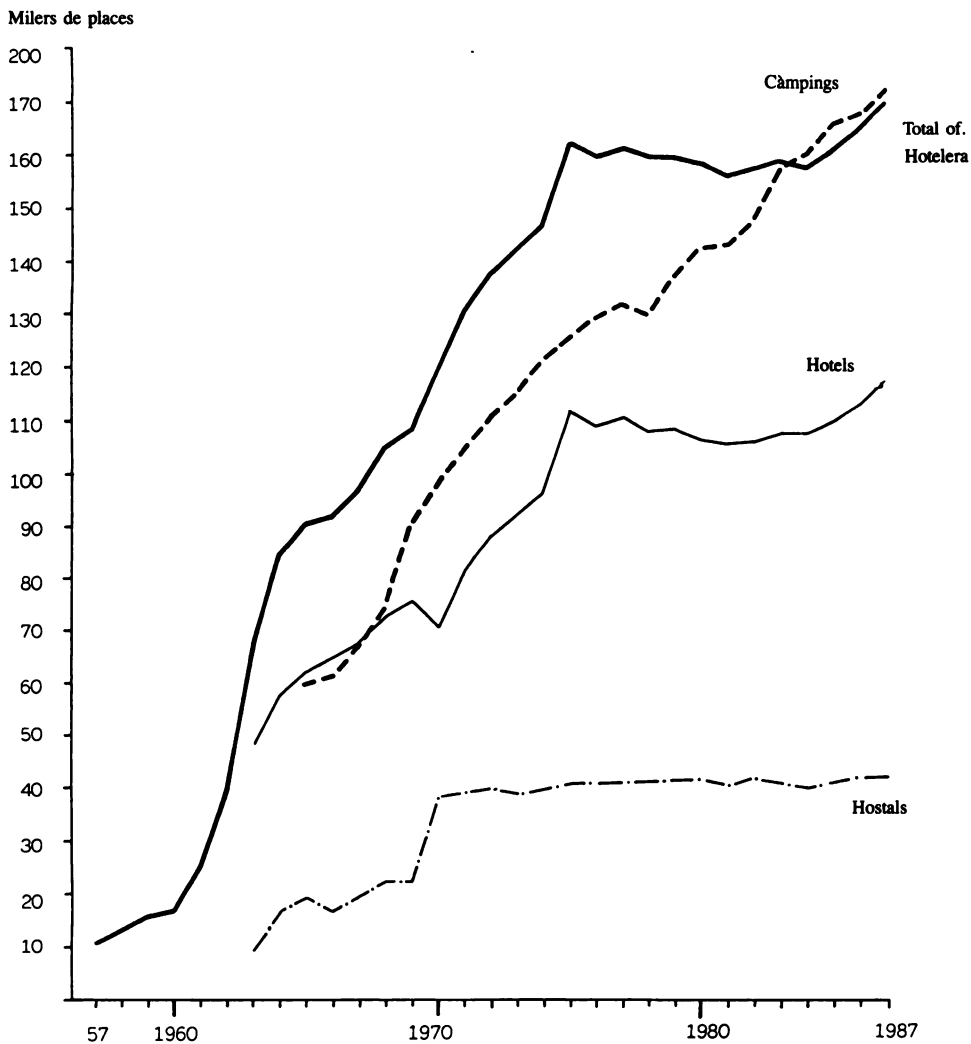
**Taula 4**  
**Evolució de les segones residències per comarques (1970-1981)**

	1970		1981		1970	1981	Δ Abs.	Δ %
	R.P.	R.S.	R.P.	R.S.	%RS/RP	%RS/RP	R.S. 70-81	R.S. 70-81
01 Alt Camp	8.280	1.611	9.668	2.869	19,5	29,7	1.258	78,1
02 Alt Empordà	20.264	7.924	24.185	31.004	39,1	128,2	23.080	291,3
03 Alt Penedès	13.536	2.102	17.080	3.907	15,5	22,9	1.805	85,9
04 Alt Urgell	4.796	473	5.413	1.093	9,9	20,2	620	131,1
05 Alta Ribagorça	1.063	123	1.128	247	11,6	21,9	124	100,8
06 Anoia	16.721	1.789	21.815	7.787	10,7	35,7	5.998	335,3
07 Bages	35.758	2.256	43.805	5.141	6,3	11,7	2.885	127,9
08 Baix Camp	24.773	6.092	33.731	16.683	24,6	49,5	10.591	173,9
09 Baix Ebre	17.586	1.864	19.019	4.421	10,6	23,2	2.557	137,2
10 Baix Empordà	19.081	15.843	23.697	30.390	83,0	128,2	14.547	91,8
11 Baix Llobregat	83.090	13.643	138.528	24.598	16,4	17,8	10.955	80,3
12 Baix Penedès	5.442	6.292	8.053	22.687	115,6	281,7	16.395	260,6
13 Barcelonès	605.887	8.041	791.030	16.447	1,3	2,1	8.406	104,5
14 Berguedà	11.799	839	12.412	1.667	7,1	13,4	828	98,7
15 Cerdanya	3.401	1.052	3.498	3.692	30,9	105,5	2.640	251,0
16 Conca de Barberà	5.205	1.499	5.355	3.095	28,8	57,8	1.596	106,5
17 Garraf	14.299	5.864	20.182	14.673	41,0	72,7	8.809	150,2
18 Garrigues	6.036	596	6.171	1.585	9,9	25,7	989	165,9
19 Garrotxa	12.030	746	13.639	1.359	6,2	10,0	613	82,2
20 Gironès	23.822	633	32.833	2.696	2,7	8,2	2.063	325,9
21 Maresme	47.963	14.619	71.268	33.504	30,5	47,0	18.885	129,2
22 Montsià	13.014	813	14.768	2.027	6,2	13,7	1.214	149,3
23 Noguera	10.944	1.373	11.254	2.098	12,5	18,6	725	52,8
24 Osona	23.803	2.246	29.923	3.742	9,4	12,5	1.496	66,6
25 Pallars Jussà	4.440	669	4.419	1.960	15,1	44,4	1.291	193,0
26 Pallars Sobirà	2.003	372	1.603	1.065	18,6	66,4	693	186,3
27 Pla d'Urgell	7.106	338	7.842	448	4,8	5,7	110	32,5
28 Pla de l'Estany	4.304	148	5.548	486	3,4	8,8	338	228,4
29 Priorat	3.621	1.373	3.320	2.183	37,9	65,8	810	59,0
30 Ribera d'Ebre	6.841	799	7.456	1.359	11,7	18,2	560	70,1
31 Ripollès	9.251	998	10.128	2.822	10,8	27,9	1.824	182,8
32 Segarra	4.548	570	4.905	1.183	12,5	24,1	613	107,5
33 Segrià	34.411	1.756	43.367	5.493	5,1	12,7	3.737	212,8
34 Selva	17.751	7.396	23.066	18.925	41,7	82,0	11.529	155,9
35 Solsonès	2.548	257	2.858	943	10,1	33,0	686	266,9
36 Tarragonès	26.497	14.822	42.467	28.617	55,9	67,4	13.795	93,1
37 Terra Alta	4.008	623	3.858	979	15,5	25,4	356	57,1
38 Urgell	8.006	769	8.578	1.267	9,6	14,8	498	64,8
39 Vall d'Aran	1.322	347	1.607	2.676	26,2	166,5	2.329	671,2
40 Vallès Occidental	111.055	11.551	167.222	15.111	10,4	9,0	3.560	30,8
41 Vallès Oriental	36.130	7.551	59.806	16.103	20,9	26,9	8.552	113,3
CATALUNYA	1.312.435	148.672	1.756.505	339.032			190.360	

R.P.: Residència principal; R.S.: Residència secundària o segona residència.

Font: Censos de població y vivienda i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989)

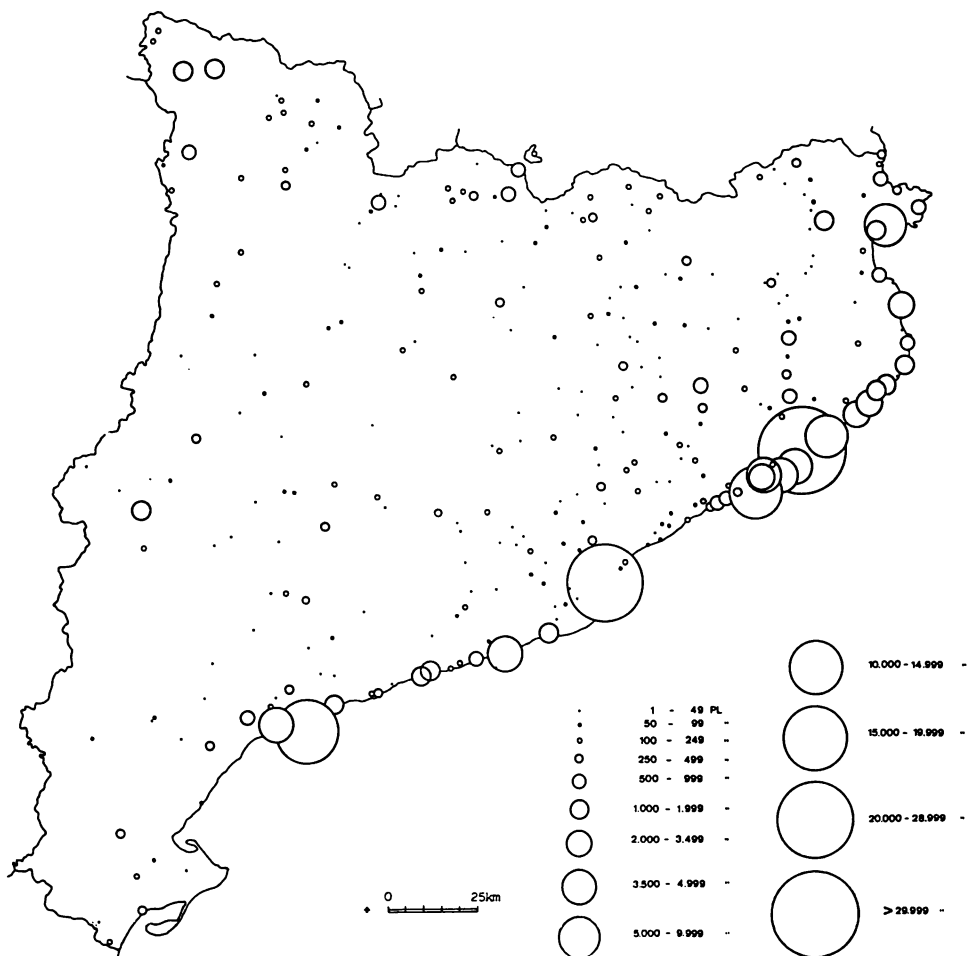
**Figura 1**  
**Evolució de l'oferta d'allotjament turístic de Catalunya (places)**



Font: *Guías de hoteles i Guías de càmpings de España* i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989).

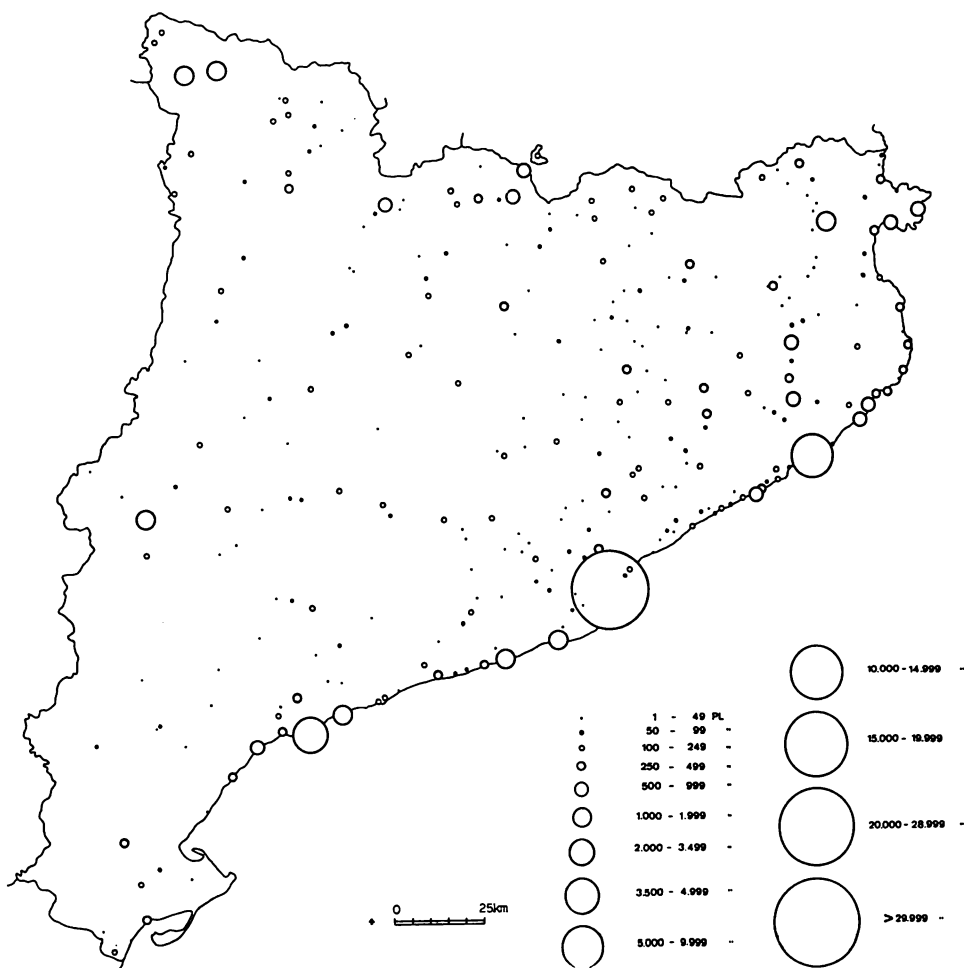


**Figura 2**  
**Localització de l'oferta hotelera (places per municipi). Agost, 1989**



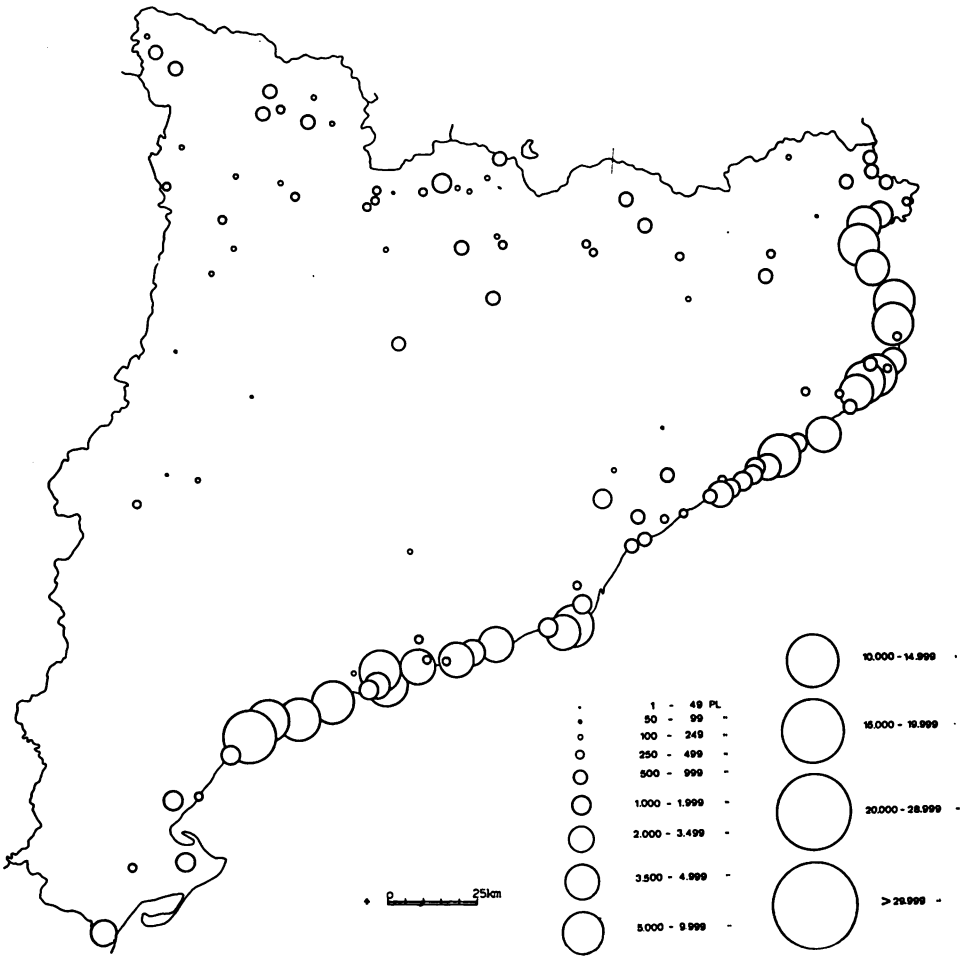
Font: *Guía de hoteles* i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989).

**Figura 3**  
**Localització de l'oferta hotelera (places per municipi). Gener, 1989.**



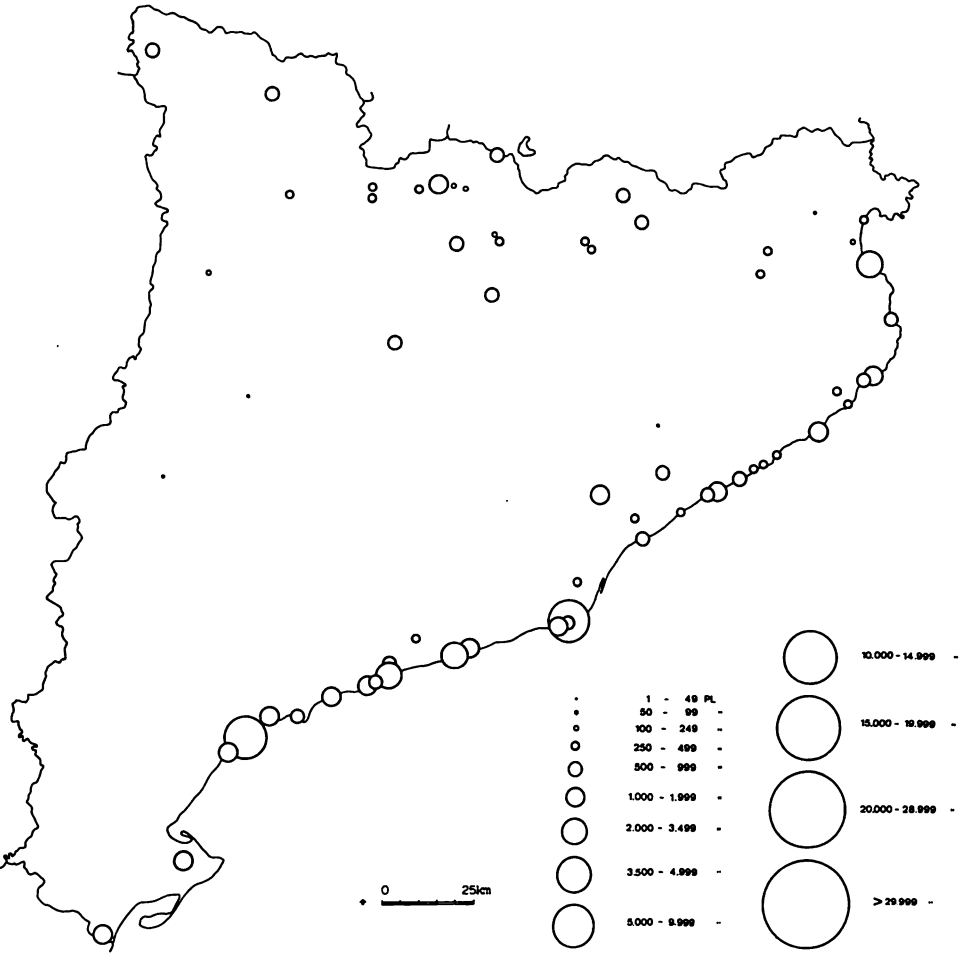
Font: *Guia de hoteles* i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989).

**Figura 4**  
**Localització de l'oferta de càmpings (places per municipi). Agost, 1989**



Font: *Guia de càmpings* i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989)

**Figura 5**  
**Localització de l'oferta de càmpings (places per municipi). Gener, 1989.**



Font: *Guia de càmpings* i elaboració pròpia (López Palomeque, 1989).