



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN ESPAÑA

Presentado por Alicia Pazos García - Morales

Tutelado por M^a Teresa Cortón de las Heras

Segovia, 2017

Agradecimientos

A mi tutora, M.^a Teresa Cortón de las Heras, por su ayuda y paciencia.

Y, sin duda, a mi madre y hermano, por su apoyo incondicional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
--------------------------	----------

CAPÍTULO 1: EL TURISMO EN LA TEORÍA

1.1. El turismo, una actividad interdisciplinaria	12
1.2. Definiciones de turismo	12
1.2.1 Definición académica o conceptual	12
1.2.2 Definición técnica o estadística	13

CAPÍTULO 2: LA HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA

2.1. Los inicios del turismo en España y su evolución (de fenómenos de minorías a fenómeno de masas)	16
2.2. Las principales causas del desarrollo del turismo en España	17
2.3. Historia del turismo	18

CAPÍTULO 3: TENDENCIAS PASADAS, ACTUALES Y DE FUTURO DEL TURISMO EN ESPAÑA

3.1. Tendencias del turismo en España.....	28
3.1.1 ¿Por qué crece el turismo en España?	29

CAPÍTULO 4: POLÍTICAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

4.1. Política turística en España	32
4.1.1 Competencias de las distintas administraciones.....	32
4.1.2 Organización administrativa del turismo en España.....	33
4.1.3 Planes de turismo	37
4.1.4 Planes en destino	42

CAPÍTULO 5: OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN ESPAÑA

5.1. La demanda turística en España	44
5.1.1 Turismo receptor	44
5.1.2 Turismo nacional.....	50
5.2. La oferta turística en España	56
5.2.1 Competitividad turística	57
5.2.2 Oferta turística: componentes	59

CONCLUSIONES	69
---------------------------	-----------

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
---	-----------

INTRODUCCIÓN

Los viajes son en la juventud una parte de educación y, en la vejez, una parte de experiencia.

- Sir Francis Bacon, 1561-1626, filósofo y político inglés.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, un alto porcentaje de la población sabría contestar, en mayor o menor medida, a la pregunta: “¿Qué es el turismo?”. Y, es más, el turismo ya no es un privilegio, como lo era hace unas décadas, el turismo ahora es un hábito y costumbre entre la población de los países más desarrollados.

Viajamos, tenemos la necesidad de viajar, de hacer escapadas, de explorar, de conocer. El turismo, además de ser una actividad económica, es una actividad cultural que está muy presente en nuestras vidas desde la infancia.

El turismo, ya ha sido descrito por numerosos autores, como motor y uno de los principales pilares de la economía española, y aunque llegó con cierto retraso respecto a nuestros países vecinos, y no empezó a estudiarse como ciencia hasta el periodo de entreguerras (1919-1939), pronto, los políticos e instituciones públicas empezaron a darse cuenta de su importancia. Por este motivo, en 1905, se constituye la Comisión Nacional de Turismo, bajo el reinado de Alfonso XIII, cuya labor era la restauración de monumentos y creación de museos. En 1951, se crea el Ministerio de Información y Turismo, y desde entonces el turismo ha estado presente en la denominación de un departamento ministerial, como en la actualidad, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Podría afirmarse sin equivocarnos, que, en las etapas de más decadencia económica, el turismo ha sacado a flote a nuestro país. Pongamos como ejemplo la dictadura franquista, donde España quedó totalmente aislada de los países democráticos, y condenada por la ONU, siendo el turismo el único contacto que se tenía con el exterior, aunque censurado.

Sin remontarnos tanto en el tiempo, a principios de 2008, tras la crisis económica que sufre España, el sector turístico tuvo una recesión, en la misma medida que otros países, pero en nuestro caso, va a ser la actividad turística la que sirve de incentivo y fomenta la economía de nuestro país.

Con el paso de los años, políticos e instituciones públicas empiezan a organizar el sector turístico, creando organismos públicos como TURESPAÑA, adscrito al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, encargado de promocionar y vender la marca “España”,

como revulsivo turístico: incentivando la creación de nuevas empresas turísticas, aumentando y mejorando la planta hotelera española con ayudas, etc.

En España, el principal instrumento para el fomento del turismo han sido los Planes de Turismo, que se han tenido que adaptar sus objetivos, a las circunstancias temporales. Los primeros planes, sobre todo buscan aumentar el número de llegada de turistas extranjeros, lo que terminó generando un problema de masificación y concentración en tiempo y espacio, del modelo turístico por excelencia de España, el “sol y playa”. En la actualidad, se busca un turista de calidad, un turista que potencialmente pueda gastar más y mejor, además de una diversificación en la oferta. Todos los factores descritos han provocado la disminución -del 90% al 72%-, las personas que han elegido el “sol y playa” como motivo principal en los desplazamientos por ocio y vacaciones.

La tendencia turística de nuestro país es creciente, generando aproximadamente el 11% del PIB. En 2016 se han batido todos los récords: 75 millones de turistas eligieron nuestro país como destino de vacaciones.

Las grandes empresas turísticas españolas, están en plena consolidación internacional, y nuestra planta hotelera cada vez suma más puntos de calidad.

Por estos motivos, el ensayo que el lector tiene en sus manos tratará de analizar la evolución del turismo en España. Se estructura en cinco capítulos:

En el primer capítulo, “El Turismo en la Teoría”, realizamos una exposición del del estado de la cuestión del turismo, como una actividad interdisciplinar, y se define el turismo, desde distintos ámbitos.

El segundo capítulo, “La Historia del Turismo en España”, abordamos las principales causas de su desarrollo y, sobre todo, su evolución y cambio de paradigma, de un fenómeno minoritario a fenómeno de masas desde 1847-2015.

En el capítulo tercero, “Tendencias Pasadas, Actuales y de Futuro del Turismo en España”, se analiza de forma breve y sucinta, su evolución, las causas de crecimiento turístico y diversificación de los mercados.

El cuarto capítulo, “Políticas Turísticas en España”, versará sobre las competencias de las distintas administraciones, la Organización Administrativa del Turismo en España, (1951-2010), y los distintos Planes de Turismo (1992-2020).

En el quinto capítulo, “Oferta y Demanda Turística en España”, se lleva a cabo un estudio sobre la oferta y demanda, analizando parámetros como: destino, origen, gasto, estacionalidad, alojamiento, etc., para terminar, analizando la competitividad turística, manejando las catorce dimensiones que analiza el Foro Económico Mundial.

Para terminar, presentamos las “Conclusiones”, fruto de esta investigación, basadas en el análisis de la evolución del turismo en España, y de las políticas turísticas que se han desarrollado a lo largo de la historia, pero sobre todo, en la realidad evidente, de que el crecimiento del turismo español, se debe a la calidad de nuestros recursos naturales y culturales, que hacen de España un país único e irrepetible, fusión de culturas, cuyas raíces han pervivido en el tiempo, y se manifiestan de forma palpable en la arquitectura, pintura, escultura, costumbres, folclore, gastronomía, fiestas y formas de vida, que constituyen nuestro patrimonio cultural material e inmaterial, que tanto han valorado los 75,6 millones de turistas que nos han visitado en el 2016. Esta cifra, nos ha consolidado, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), como el tercer país más visitado del mundo, después de Francia y Estados Unidos.

CAPÍTULO 1

EL TURISMO EN LA TEORÍA

1.1 El turismo, una actividad interdisciplinaria.

El turismo es un concepto complejo ligado a la economía, geografía y sociología. Además, se trata de una actividad que engloba muchos elementos: agentes, sector alojamiento, sector transportes, sector hostelería, sector de actividades de ocio y recreativas... Clima, estacionalidad, modas, etc.

A la hora de definir el concepto de “turismo” nos encontramos ante algunas dificultades conceptuales y metodológicas: ¿Qué es el turismo? ¿Quién forma parte de él y cómo lo medimos?

Esto se debe a que los estudios sobre el turismo son relativamente recientes, no comienza a estudiarse como ciencia hasta el periodo de entreguerras (1919-1939) (Asociación Saavedra Fajardo, 2012:3).

1.2 Definiciones de turismo.

1.2.1 Definición académica o conceptual.

Una de las definiciones que se ha aceptado de forma unánime viene dada por dos profesores economistas suizos, Hunziker y Krapf (1942): “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Muñoz de Escalona, 2007: 30).

Asimismo, Hunziker y Krapf afirmaron que el turismo no es solo un viaje de ida y vuelta, sino que “turismo” son todo el conjunto de relaciones que se generan durante estos desplazamientos durante un periodo temporal” (Muñoz de Escalona, 2007: 31).

A pesar de ser una definición que se aproximaba bastante al concepto exacto de “turismo” planteaba aún algunas dudas, que aparecen reseñadas por Muñoz de Escalona (2007: 31):

- ¿Los desplazamientos a segundas residencias se pueden considerar turismo o no?
- ¿A qué nos referimos con “desplazamiento fuera de su lugar de residencia”? ¿A qué nos referimos con “lugar”? ¿A nuestra ciudad, a nuestra provincia, a nuestra región...?
- Hunziker y Krapf excluían aquellos viajes que se realizaban por razones lucrativas, es decir, su definición no incluye lo que hoy llamamos “turismo de negocios”.

1.2.2 Definición técnica o estadística.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en el Glosario Básico para entender el turismo, define el turismo como: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (OMT, 2010).

Esta definición de “turismo” dada por la OMT resuelve las dudas que se planteaban en la académica de Hunziker y Krapf:

- Ya no se habla de “lugar de residencia” sino que se habla de “estancias en lugares distintos al de su entorno habitual”.
- La estancia temporal pasa a ser una estancia por un periodo consecutivo inferior a un año.
- En esta definición se incluye expresamente el turismo de negocios.

CAPÍTULO 2

LA HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA

2.1. Los inicios del turismo en España y su evolución (de fenómenos de minorías a fenómeno de masas)

Los inicios del turismo en España se remontan a finales del siglo XIX, cuando el turismo era un privilegio, para una minoría aristocrática, que veraneaba en centros termales o en la orilla del mar del norte de España por recomendaciones médicas, basadas en la higiene. Más tarde el destino se reorientó hacia el Mediterráneo.

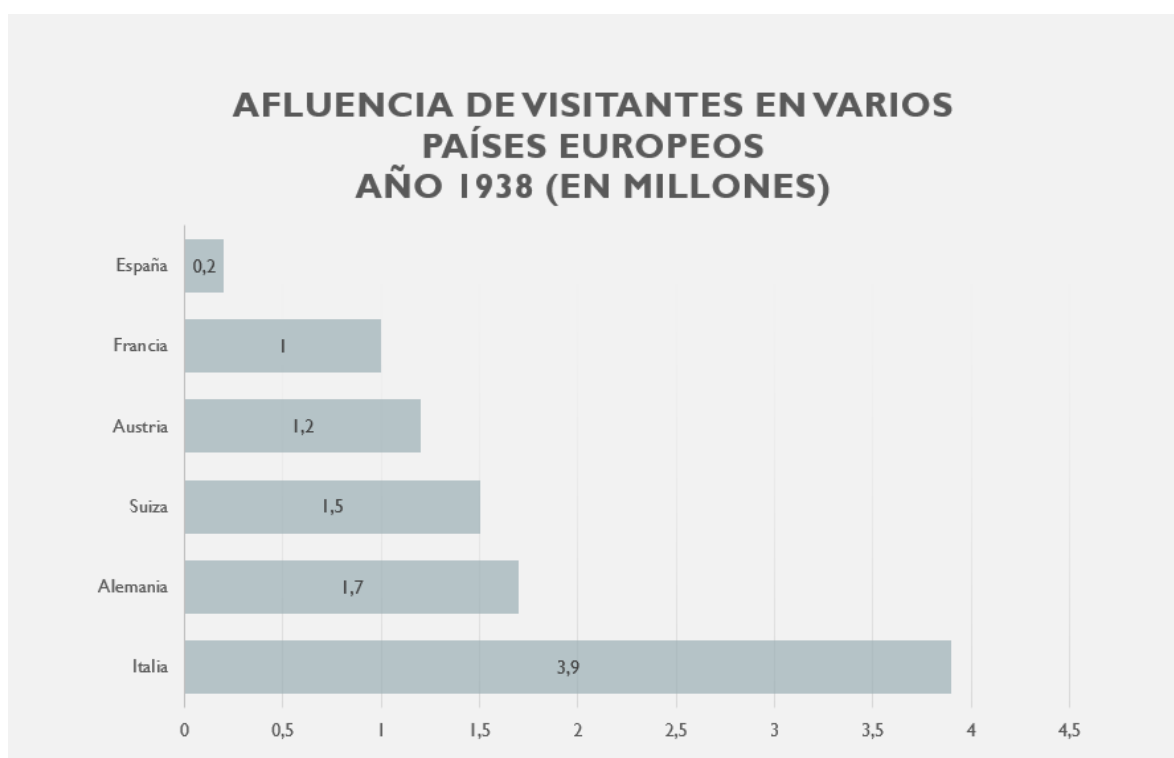
El turismo llega a España con cierto retraso con respecto a sus países vecinos, los antecedentes del turismo en España, tal y como lo conocemos, como cultura de ocio, están estrechamente ligados al siglo XX.

Las causas del desarrollo del turismo se deben a cambios sociales, las personas ya no se desplazaban por recomendación de los médicos higienistas, sino que empezaron a viajar por placer.

El turismo del siglo XX es un turismo más culto, elitista y contemplativo. El destino por excelencia son las costas españolas del Mediterráneo, y el principal motivo para estos viajes es el descanso y ocio.

España va a seguir los modelos trazados por los países vecinos, en especial de Francia, y la captación de turistas extranjeros va a estar en manos de la iniciativa privada, teniendo como principal objetivo el incremento de divisas.

Tabla 2.1. Afluencia de visitantes en varios países europeos. Año 1938 (en millones).



Fuente: Fernández Fuster, L. (1991): *Historia general del turismo de masas* y elaboración propia.

En la tabla 2.1 podemos observar como aún en los años 30, España presenta unos datos muy bajos respecto a la afluencia de visitantes, lo que es indicativo de falta de incorporación al turismo de masas. Una de las causas obvias para este panorama, es sin lugar a dudas, la situación política que produce con el estallido de la Guerra Civil (1936 –1939).

2.2. Las principales causas del desarrollo del turismo en España.

Se deben a los cambios sociales y tecnológicos; la gente tiene tiempo libre y se puede desplazar de forma más económica.

La primera causa se produce con el desarrollo de los medios de comunicación, como herramienta e instrumento para que la publicidad pueda llegar de forma masiva a la población, dando lugar a los primeros anuncios turísticos.

Otra causa es la creación de las Agencias de Viajes. En 1910, se funda la primera, Viajes Marsans, dedicada sobre todo al turismo receptivo. A continuación, Viajes Internacional Expreso, y en los años 40 Viajes Meliá.

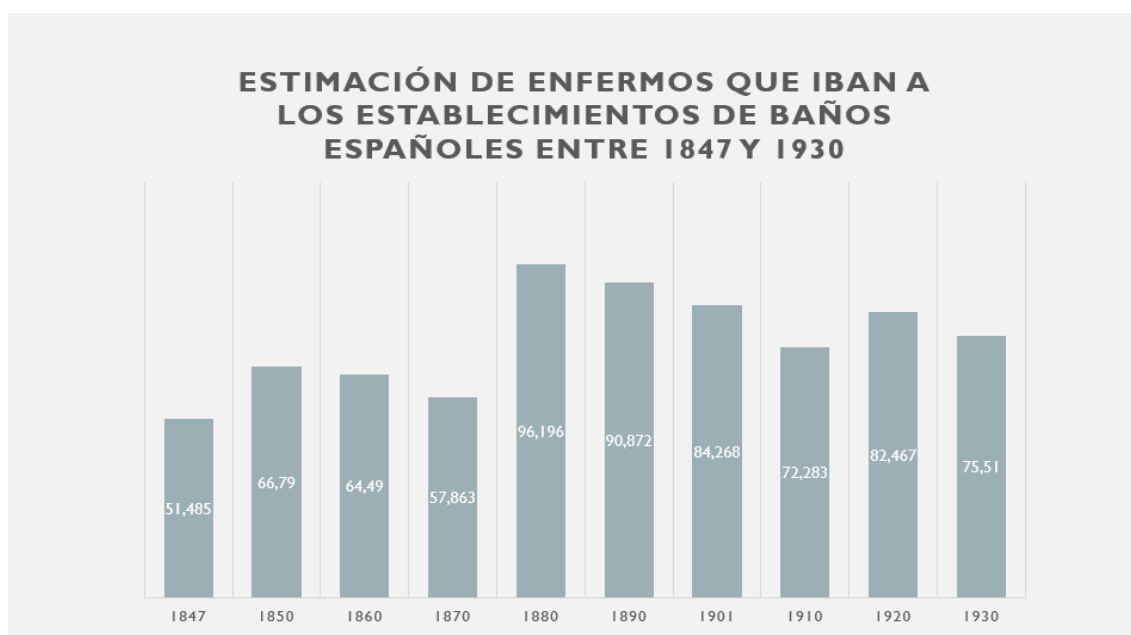
Asimismo, conviene tener presente que las características de España resultaban muy atractivas para la demanda turística: clima de temperaturas cálidas, con bastantes horas de sol y escasas precipitaciones en zonas costeras del Mediterráneo, una extensa zona litoral, con playas de calidad, bañadas por el Mar Cantábrico, el Mediterráneo y el Océano Atlántico, y unos precios inferiores, a los de los países europeos, que podían ser considerados como competidores.

2.3. Historia del turismo.

1847-1919

Hasta 1919 el turismo en España se basa en los balnearios, como medio de curación de enfermedades.

Tabla 2.3. Estimación de enfermos que iban a los establecimientos de baños españoles entre 1847 – 1930.



Fuente: Larrinaga Rodríguez, C. (2012): *El turismo en la España del siglo XIX* y elaboración propia.

Durante el reinado de Alfonso XIII, el Ministerio de Fomento a cargo del Conde de Romanones, se crea la Comisión Nacional de turismo (1905-1911) y, posteriormente, en 1911 la Comisión Regia de Turismo (1911-1928), que sigue los pasos de la Comisión Nacional y restaura gran cantidad de museos y monumentos.

1920-1949

A partir de los años 20 España tuvo un desarrollo económico, debido principalmente al papel neutral que tomó durante la Primera Guerra Mundial, que permitió relaciones comerciales con ambos bandos, obteniendo importantes beneficios económicos.

Durante este periodo se produce un crecimiento del turismo de sol y playa, la aparición de empresas dedicadas al turismo y la construcción de infraestructuras.

Con la dictadura de Primo de Rivera (1923–1930) el Estado participa, por primera vez, en el turismo. Se crea el Patronato Nacional de Turismo (1928-1936), bajo mandato del rey Alfonso XIII, cuya labor era gestionar de manera eficiente la política turística en España y la promoción de los destinos turísticos españoles tanto dentro como fuera del país.

Algunas de las actividades que llevó a cabo el Patronato Nacional de Turismo fueron la creación de Museos, como la Casa del Greco en Toledo, y la restauración de monumentos, como el Castillo de Sigüenza para Parador Nacional. La publicación de guías y folletos turísticos, y la creación de Juntas Locales de Turismo. Se edita la primera guía de hoteles y el Libro de Reclamaciones.

1936–1939

En 1936, con el estallido de la Guerra Civil, el turismo y la economía sufren sus consecuencias.

Durante el conflicto se practica un tipo de turismo, el turismo político, característico de los periodos de guerra, cuyo objetivo es recopilar información sobre los territorios y paisajes que están ocupados por uno u otro bando. Resulta un instrumento político útil para mostrar y dar a conocer.

Figura 2.3.1. Fotografías de guerra en el barrio de Vallecas (Madrid).



Fuente: (1999): *Cara a cara*.

Figura 2.3.2. Carteles realizados para el Patronato Nacional de Turismo.



Fuente: Miravittles, J/ Termes, J/ Fontseré, C. (1978): *Carteles de la República y de la Guerra Civil*.

En ocasiones la información recopilada era utilizada para informar a los países extranjeros, bien mediante artículos de revista o carteles.

En 1938 se llevaron a cabo excursiones a campos de batalla con los objetivos de traer dinero extranjero y difundir la causa franquista.

Figura 2.3.3. Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra, 1938, Servicio Nacional de Turismo, 1938.



Fuente: *Biblioteca Nacional, Fondos Recoletos, Sala Goya, MV/5 ESPAÑA (1938).
Rutas Turísticas.*

1940

Tras finalizar la Segunda Guerra Mundial, con la derrota de Alemania e Italia, se produce la condena del Régimen franquista por la ONU, lo que va a significar que España se quede totalmente aislada de los países democráticos.

En 1946, Francia cierra sus fronteras con España, y el Consejo de Seguridad de la ONU considera que España estaba bajo un Régimen dictatorial, y en consecuencia, decide tomar medidas para presionar al Régimen y forzar su fin.

En 1947, también era excluida del Plan Marshall.

Ante estos hechos, España se vio inmersa en un bloqueo internacional, que significaba el rechazo por la mayoría de los países democráticos, lo que pone en peligro la pervivencia del Régimen franquista. Es la Dirección General de Turismo la encargada de devolver una imagen que sirva de vehículo para reforzar su modelo político dictatorial.

Por todo lo expuesto, el turismo se convierte en el único contacto de España con el resto de países.

Asimismo, en España se organizan visitas oficiales, entre las que destacamos la de Eva Perón o el Rey Abdullah de Jordania, periodistas norteamericanos, mejicanos, cubanos, etc., y directores y cargos de compañías turísticas internacionales.

En algunos aspectos, el Régimen totalitario se ve obligado a aflojar para poder conseguir apoyos internacionales de los países más influyentes.

Desde 1948, el país va saliendo del bloqueo: Francia abre sus fronteras, y se restablecen los servicios aéreos regulares con el resto de países. En marzo, se incluye a España en el Plan Marshall, con un servicio diario de vuelos Madrid–Nueva York, y en Julio, Gran Bretaña permite a sus ciudadanos viajar a España, siempre que no gasten más de 35 libras por persona y viaje.

1950

Díaz Ortuño (2016) sostiene que hasta 1950 España no superó el 1,8% de los turistas. Datos realmente bajos, debidos principalmente a dos causas, el aislamiento internacional que sufrió España tras finalizar la Segunda Guerra Mundial, y la decadencia de las infraestructuras de transporte y alojamiento, así como carreteras y ferrocarril tras la Guerra Civil Española.

Para fomentar la llegada de turistas y con ello el aumento de beneficios económicos, la España franquista decide eliminar algunas trabas burocráticas. En 1951 instituye el Ministerio de Información y Turismo con la intención de que coordinase todas las actividades turísticas y en 1953, dentro de este Ministerio, se constituye el Plan Nacional de Turismo, cuyos objetivos prioritarios eran promocionar el turismo, mejorar las infraestructuras, y publicitar más propaganda en el exterior.

Según Fuentes Iruozqui (1946), la recuperación económica de España durante la dictadura franquista se debe principalmente al Turismo.

También el cambio turístico benefició a nuestro país. Este cambio resultaba mucho más elevado que el cambio oficial, y los turistas podían acceder a él, mediante la correspondiente acreditación. Según el cambio oficial, 1 libra esterlina eran 44 pesetas, pero con el cambio turístico, 77 pesetas. Igual pasaba con el dólar, que pasaba de 10,95 a 25 pesetas, y con el franco francés, que ascendía de 3,12 a 7,14 pesetas.

A finales de esta década, España incrementó su cuota de mercado de turistas hasta el 6.2%. Podríamos considerar los años 50 como la base para el inicio del “boom turístico”.

1960

Como ya hemos indicado, se inicia el “boom turístico español”. Durante esta década se produce un importante aumento del número de turistas extranjeros que visitan España, lo que provoca en un significativo crecimiento de la economía.

El modelo de “Sol y playa” se afianza y se convierte en uno de los principales pilares de la economía española.

Manuel Fraga, Ministro de Información y Turismo (1962-1969), aprueba una serie de leyes que impulsan el crecimiento turístico y económico del país: la Ley de Competencias, la Ley de Establecimientos Hoteleros, la Ley de Apartamentos Turísticos, la Ley de Campamentos de Turismo, la Ley de Ciudades de Vacaciones y la Ley de Restaurantes y Cafeterías.

También se aumenta la oferta hotelera, pasando de 2000 a 6000 hoteles. Los precios los marcaba el Estado.

Según los datos facilitados por Sánchez Sánchez (2001): Entre 1961-1970, Europa era el principal emisor de turistas para nuestro país, alcanzando el 80% anual.

1970

En los años 70 se produce un hecho trascendental: la crisis del petróleo, con un aumento considerable de su precio, lo que va a provocar que tanto las economías como el sector turístico decayeran. Además, en España había bastante inquietud por lo que iba a suceder tras la muerte de Franco en 1975.

Debido a estos hechos, se produce un descenso del número de turistas extranjeros que llegan a nuestro país, lo que ocasiona que se ponga en tela de juicio si el modelo de “sol y playa”, que tanto se había impulsado desde las instituciones, era el más adecuado a largo plazo, para la sociedad española.

1980

Con el nombramiento del rey Juan Carlos, como Jefe de Estado, se dan numerosos cambios sociales, políticos y económicos.

Como es una realidad que crece la esperanza de vida, se crean paquetes turísticos para el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO), de bajo coste y fuera de temporada, para personas de la tercera edad.

Durante estos años las grandes empresas del sector se internacionalizan, se libera el transporte aéreo etc. Es evidente el auge del sector turístico en el mundo, y en España.

Además, se realizan infraestructuras como carreteras y aumenta el transporte. El coche se convierte en el principal medio de transporte de los españoles. Por otro lado, el precio de los hoteles ya no lo marca el Estado.

Con la entrada de España en 1986 en la Unión Europea, se facilitan más los flujos turísticos.

Asimismo, las competencias sobre el turismo se ceden a las Comunidades Autónomas y a la iniciativa privada.

El Estado crea Turespaña, organismo encargado de promocionar “la marca España” fuera de nuestras fronteras.

1990

Según datos de la Dirección General de Política Turística, el turismo generaba aproximadamente el 8% del PIB de nuestro país en la década de los 90. Igual sucedía con los puestos de trabajo de la actividad turística, ya entonces, eran más de un millón de profesionales dedicados al sector.

Zoreda y Perelli (2014), son de la opinión de que: “la década de los 90 fue la de mayor prosperidad para el sector turístico español”.

En estos años, la demanda sigue siendo principalmente europea, y el sol y playa la principal motivación para desplazamientos vacacionales.

Durante 1992, se lleva a cabo, por primera vez, una estrategia política, el Plan de Turismo “FUTURES I”, cuyo objetivo principal era consolidar el turismo español, con propuestas y ayudas para la mejora de la planta hotelera, y la internacionalización de las empresas turísticas españolas, sobre todo en el Caribe.

2000-2015

En esta última década y media, España y el sector turístico español han vivido el antes, durante y después de una crisis económica. En 2007, precedente de la crisis económica, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), se alcanza la cifra de 59 millones de turistas, y en 2008, como consecuencia de ella, se produce el desplome a 53 millones. Habrá que esperar al 2013, para asistamos a una recuperación económica evidenciada en los 60 millones de turistas.

La crisis económica afecto al gasto medio de los turistas, al número de llegadas de turistas extranjeros, al turismo nacional, al empleo turístico directo e indirecto, etc.

Pero la crisis económica no ha sido el único problema por el que ha pasado nuestro sector turístico, el modelo de “sol y playa” empezó a considerarse un modelo caduco, y al mismo tiempo, el turismo español tuvo que hacer frente a varios inconvenientes: los competidores del mediterráneo, el cambio de hábitos de los consumidores, la competencia desleal de apartamentos no reglados, la sobreoferta hotelera, etc.

Conviene señalar, que, tras la crisis, el sector turístico español se ha visto reforzado y consolidado por una variedad de factores que le han convertido en un motor dinámico de la economía española, que cada año bate nuevos récords. El último, en 2016, con 75,5 millones de turistas, y el tercer país más visitado del mundo, después de Francia y Estados Unidos.

CAPÍTULO 3

TENDENCIAS PASADAS, ACTUALES Y DE FUTURO DEL TURISMO EN ESPAÑA

3.1.Tendencias del turismo en España.

En la actualidad, la tendencia de turismo en España es en alza. En 2015, según datos de Deloitte (2016), España llegó a los 68 millones de turistas internacionales.

Según Turespaña (INE, Spain 2016), España recibió hasta junio de 2016 50'8 millones de turistas extranjeros, en octubre 67'5 millones, y cerró el ejercicio con 75 millones, cifra récord, que supera ampliamente la previsión de Exceltur y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Tabla 3.1. Evolución del número de turistas extranjeros que recibe nuestro país.

Periodo Anual	Nº de turistas extranjeros (en millones)
2013	62
2014	65
2015	68
2016	75

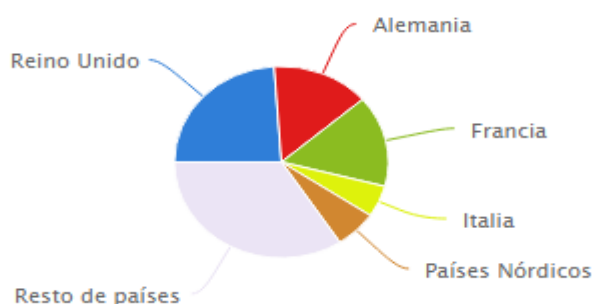
Fuente: Información del Instituto Nacional de Estadística y elaboración propia.

Evidentemente, los 75,5 millones de turistas no ha sido la única cifra sorprendente; el Gasto Turístico también ha alcanzado cifras récord -según fuentes del INE-, España ingresará un 8% más que en el año anterior, unos 77 millones de euros, aproximadamente.

Cataluña, ha sido la Comunidad Autónoma que más turistas ha recibido, con, 17 millones, lo que supone un crecimiento de 3'8% más que en 2015. Le siguen Baleares y Canarias, con 12.9 y 13 millones de turistas respectivamente.

Británicos, franceses y alemanes siguen siendo nuestros principales visitantes.

Figura 3.2. Procedencia de los turistas extranjeros.



Fuente: Datos INE y elaboración propia.

3.1.1 ¿Por qué crece el turismo en España?

Es evidente que en los últimos años España ha ido subiendo posiciones en el ranking mundial sobre la competitividad turística, según la clasificación elaborada por World Economic Forum. En 2011, España ocupa la octava posición, en 2013 la cuarta, y en 2015 -por primera vez en la historia-, la primera posición.

Aunque España logra la primera posición, debido sobre todo a sus recursos culturales, mejora de sus infraestructuras, y adaptación a las nuevas formas de oferta, mediante recursos digitales, conviene tener presente la situación política de algunos de nuestros principales competidores, como por ejemplo, Francia, Túnez, Egipto, asolados por los recientes y no tan recientes atentados terroristas, cuya consecuencia lógica ha sido un descenso en el número de turistas. Según Hosteltur, España había recibido entre cuatro y seis millones de turistas, que en principio, pensaban viajar a estos países.

Otro factor que ha motivado el crecimiento del sector turístico es una mayor y más diversificada oferta. Al ya tradicional “sol y playa” se han unido otros tipos de turismo, como el turismo interior, el turismo cultural, el turismo gastronómico, el turismo idiomático, etc. Oferta que ha provocado, según los datos de la patronal hotelera Cehat, que la modalidad de “sol y playa” se haya reducido del 90% al 72%.

Además de la oferta, España consigue diversificar mercados, lo que significa que capta el interés de turistas con una mayor capacidad de gasto, como es el caso del asiático y el norteamericano.

CAPÍTULO 4

POLÍTICA TURÍSTICA EN ESPAÑA

4.1. Política turística en España.

La política turística es el conjunto de intervenciones y acciones que lleva a cabo el sector público en las actividades turísticas. Estas intervenciones pueden ser medidas y políticas de carácter cultural, defensa y seguridad, transportes, medioambientales, etc.

Sus objetivos han ido variando a lo largo de los años. En años anteriores, se perseguía más la cantidad, aumentar el número de turistas, pero últimamente interesa más la calidad, referida sobre todo al gasto que puede realizar en nuestro país.

Se entiende como una política sectorial, que reparte las competencias de los sectores turísticos, entre los diferentes niveles de administración del Estado: Administración General, Administración Local, Administración Regional o Autonómica y la Administración Local.

4.1.1 Competencias de las distintas administraciones.

Administración General del Estado

La Administración General del Estado persigue objetivos sobre todo económicos y articula instrumentos como Planes de Turismo, leyes, y gastos en infraestructuras. El objetivo principal de esta Administración es la captación y fidelización del mayor número de turistas, y de la calidad en el gasto que ocasionan. Algunas de sus competencias son: la promoción de España en el exterior, y la coordinación del resto de administraciones.

Pero es la Secretaria de Estado de Turismo la encargada de llevar a cabo las competencias más ligadas al turismo del país, las Políticas Turísticas, ayudada por otras instituciones como: el Organismo Autónomo TURESPAÑA y las entidades públicas SEGITUR y PARADORES.

Administración Regional o Autonómica

Según la Constitución española, nuestras Comunidades Autónomas tienen plena capacidad para la gestión, planificación y promoción del turismo de su territorio.

Administración Local

Sus competencias son: la provisión de infraestructuras, el mantenimiento de ciertos recursos turísticos, y de servicios no turísticos pero que influyen en la actividad turística, como, por ejemplo, el servicio de transporte público, los centros de salud, limpieza, etc.

4.1.2. Organización Administrativa del turismo en España.

Como ya hemos mencionado, en 1951 se funda el Ministerio de Información y Turismo. Con anterioridad, habían existido otros organismos de carácter público vinculados al turismo de nuestro país. Se podría considerar que la organización administrativa del turismo en España se inicia en 1905.

Dentro de la evolución de la política turística del país, podemos diferenciar siete etapas, que analizamos a continuación:

1951–1962

El sector público asume las funciones de fomento y estímulo del turismo: promoción de España en el extranjero, desarrollo de actividades turísticas, creación y mejora de infraestructuras, facilidades para la movilidad de los turistas dentro del territorio español, etc.

Durante esta etapa, la política turística se analiza en el Ministerio de Información y Turismo, dirigido por Manuel Fraga. Los objetivos marcados fueron dos: aumentar el número de turistas, y aumentar las facilidades, tanto en movilidad como en estancia.

A partir de este momento, se empieza a pensar en el turismo como una “oportunidad económica”.

En 1953 se formula el Plan Nacional de Turismo.

1962–1974

Entre marzo y junio de 1961, España recibe la visita de técnicos del Banco Mundial que presentan, en agosto de 1962, un informe llamado “El desarrollo económico de España”, en el cual hacían hincapié en la importancia del turismo como motor de desarrollo económico de nuestro país.

En el mencionado informe del Banco Mundial se marcaron algunas actuaciones que España debía llevar a cabo para que el turismo generase riqueza:

- Mejorar las administraciones turísticas (Ministerio de Información y Turismo)
- Apoyar financieramente a las empresas dedicadas al sector.
- Mejorar las fuentes de información del turismo.
- Aumentar la formación de los trabajadores del sector turístico.

El sector público sigue manteniendo las funciones de promoción y estímulo del turismo. Sus objetivos principales eran incrementar el número de camas hoteleras, para poder aumentar el número de llegadas de turistas extranjeros y como consecuencia, las divisas que dejaban en nuestro país.

Como resultado de todas estas actuaciones se generaliza el modelo turístico de “sol y playa”, que posteriormente va a provocar problemas como la concentración geográfica y temporal.

1974-1982

Durante este periodo se produce el fin de la dictadura franquista, y el inicio de la democracia, por lo que el turismo queda relegado a un segundo plano. No obstante, políticos y administraciones turísticas son conscientes de que el modelo “sol y playa” ocasiona numerosos problemas.

El Estado se sigue responsabilizando de las competencias de promoción y estímulo del turismo, además de la ordenación de territorio, y por primera vez, de la protección de los derechos de los consumidores (turistas).

El principal objetivo es la racionalización en la llegada de turistas, aunque no tuvo mucho éxito.

1982–1991

Tras los primeros pactos autonómicos de 1981, y los segundos de 1992, se estabiliza el estado de las autonomías. En este momento las competencias de turismo pasan a ser responsabilidad de las comunidades.

Cuando el PSOE llega al poder, decide que el Estado no debe tener un papel protagonista en las competencias turísticas.

El objetivo sigue siendo el mismo que el de la etapa anterior: racionalizar la llegada de turistas a nuestro país. Para el turismo nacional, se utilizan programas como el del IMSERSO para evitar la concentración geográfica y temporal.

En 1984 se crea TURESPAÑA, organismo público, adscrito al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, mediante la Secretaría de Estado de Turismo, responsable del marketing de España, como destino turístico.

1991–1996

El turismo empieza a considerarse como una industria. Los objetivos prioritarios durante esta etapa son: la promoción del país en el exterior, el estímulo del sector mediante ayudas, la ordenación del territorio, la protección del consumidor (turista), y la coordinación entre administraciones.

Por lo tanto, se produce un cambio en los objetivos propuestos, que persiguen aumentar la competitividad turística, mejorar las infraestructuras -sobre todo en los hoteles, para que tengan una imagen más moderna-, y mejorar la calidad de la oferta turística haciéndola más atractiva.

Los principales instrumentos que utiliza el Estado para conseguir estos objetivos son los Planes de Turismo:

- Primer Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES I).
- Segundo Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES II).

1996–2004

Según los expertos, se la denomina “etapa de cooperación”. El gobierno sigue asumiendo las funciones de la etapa anterior, pero añade dos nuevos objetivos: la protección de las pequeñas y medianas empresas turísticas, y la búsqueda de nuevos canales de comercialización.

Permanece vigente el Plan de Turismo FUTURES II, y se empieza a poner en marcha el Plan PICTE, estrechamente relacionado con la calidad turística.

2007–2011

Durante este periodo España sufre una crisis económica, lo que influye en las políticas turísticas. Se inicia el Plan Horizonte 2020, el cual fija 5 objetivos principales:

- Búsqueda de un beneficio para la sociedad, que no sea solo económico.
- Sostenibilidad turística.
- Conseguir que el cliente valore más el producto, trabajando la calidad.
- Competitividad turística.
- Cooperación entre administraciones.

Con el avance de la crisis resulta imposible poner en marcha todas las actuaciones planteadas. Además, se produce un cambio de gobierno, que plantea un nuevo plan de política turística, el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT), que dista mucho del plan anterior.

4.1.3. Planes de Turismo.

A finales de los años 80, la Secretaria General del Estado realiza un análisis del sector turístico español, con la colaboración de las consultorías turísticas más acreditadas del país, pertenecientes al sector privado, a las administraciones públicas, de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, y a los Sindicatos.

El análisis y diagnóstico del sector turístico español aparece recogido en el Libro Blanco del Turismo Español, que recoge los datos del sector hasta 1989, y donde se analizan sus puntos fuertes y débiles, los problemas y retos que se plantean, y como definir una serie de líneas de actuación que permitan potenciar el turismo de nuestro país.

Ya en 1988, el Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicación, se plantea la necesidad de realizar un estudio del Turismo Español debido a los recientes cambios de la demanda, lo que obliga a plantear cambios en la oferta turística de nuestro país.

Figura 4.1.3. Planes Turísticos, 1992-2015

FUTURES I: Plan Marco de Competitividad del Turismo Español 1992-1995
FUTURES II: Plan Marco de Competitividad del Turismo Español 1996-1999
Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE) 2000 – 2006
Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (2008 – 2020)
Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015

Fuente: elaboración propia

FUTURES I (1992-1995)

En 1992 se pone en marcha el primer Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, motivado por la disminución en los años 80 de la rentabilidad del producto turístico, produciéndose un desequilibrio entre la oferta y la demanda. Este desequilibrio va a provocar que la oferta hotelera estuviese obsoleta, y que la relación calidad – precio no fuese la adecuada.

Asimismo, había que adaptarse al nuevo estado de las autonomías, que tenían entre sus competencias las decisiones sobre materia turística.

En 1986, España entra en la Comunidad Económica Europea (CEE), actualmente denominada Unión Europea (UE), por lo que necesita adaptarse a este nuevo marco global, siguiendo una serie de leyes y normas.

Entre los propósitos que se marcaron en el primer Plan Marco de Competitividad del Turismo Español resaltamos:

- Crear y seguir una serie de estrategias que permitan mantener la importancia del turismo en la economía española, sin dejar de lado el bienestar de los consumidores, y el control de los impactos que puede provocar el turismo, sobre todo a nivel medioambiental.

Líneas de actuación.

1. Coordinación y cooperación entre administraciones.
2. Plan de Modernización e Innovación Turística.
3. Plan de Nuevos Productos Turísticos.
4. Plan de Promoción y Marketing.
5. Plan de Excelencia Turística.

FUTURES II (1996-1999)

La situación económica y la competitividad turística de nuestro país han mejorado, por lo que el Segundo Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, mantiene las estrategias y líneas de actuación.

Líneas de actuación.

1. Coordinación entre todas las administraciones y el sector privado.
2. Cooperación con organismos internacionales, e internacionalización de las empresas turísticas españolas. También se empieza a estudiar la opción de ofrecer ayudas a las empresas del sector para favorecer la expansión internacional.
3. La calidad del producto turístico español se había puesto en duda, por lo que la Administración Central del Estado pone en marcha, mediante ayudas, acciones para mejorarla.
4. La formación era otro de los puntos débiles, por lo que se realizan planes de formación dirigidos a los trabajadores del sector.
5. Desarrollo del I+D turístico.
6. Buscar una diversificación del turismo, mediante una investigación y análisis de nuevos productos turísticos, que se puedan comercializar.
7. Planes de excelencia turística y dinamización turística sobre los destinos turísticos.

Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICHTE) 2000–2006.

En 1999, España es el segundo destino turístico más visitado del mundo, y produce más del 11% de la riqueza de nuestro país.

Una vez que se han conseguidos los dos objetivos planteados en los anteriores planes: diversificación del turismo español, y captación de más turistas que nuestros principales competidores; el punto de mira del nuevo plan desarrollado

por el Estado se centra en la calidad y la cooperación.

Líneas de actuación.

1. Calidad en los destinos turísticos. Se siguen implantando planes de excelencia y de dinamización, pero en 2005 ambos planes se unen en uno solo denominado Plan de Dinamización del Producto Turístico.
2. Calidad en los productos turísticos. Se busca desestacionalizar la demanda y diversificar el producto turístico.
3. Calidad de los sectores empresariales. Se crea la Q de calidad y el Instituto de Calidad del Turismo de España.
4. Formación en calidad. Se forma a los trabajadores.
5. Innovación y desarrollo tecnológico.
6. Internacionalización. Se siguen ofreciendo ayudas a las empresas para la internacionalización de éstas.
7. Cooperación internacional.
8. Información estadística.
9. Promoción. Actuaciones de TURESPAÑA.
10. Apoyo a la comercialización.

Plan Horizonte 2020 (2008–2020).

Este nuevo plan abarca un periodo temporal más amplio a diferencia de los anteriores. Se busca que para el año 2020 el turismo español sea más competitivo y sostenible, sin olvidar el bienestar de las personas.

Fue un plan consensuado, en su elaboración participaron el Sector Privado y el Sector Público. El plan fue elaborado en tres fases:

- Primera fase. Análisis y diagnóstico del turismo español.
- Segunda fase. Se consensó el documento entre todos los agentes del sector.
- Tercera fase. Se elaboró el plan.

Los agentes de sector que participaron en la segunda fase fueron:

- Turoperadores.
- Turistas de los principales núcleos emisores.
- Expertos en la materia de turismo.
- Empresarios del sector.
- Administraciones locales y regionales.
- Ciudadanos españoles.

Líneas de actuación.

1. Se sigue buscando un liderazgo compartido entre administraciones.
2. Se plantea una nueva economía turística, implantando actuaciones ligadas a la innovación, el conocimiento y el talento.
3. Se desarrollan una serie de actuaciones dirigidas a potenciar y diferenciar el producto turístico español.
4. Se orienta a la sostenibilidad del modelo turístico español. Entre estas actuaciones encontramos las dos más importantes: PLAN RENOVE, que trata de renovar los destinos maduros, sobre todo turismo de litoral e interior de las islas y PLANES EN DESTINO, que consiste en conceder ayudas a algunos destinos con el objetivo de mejorar el turismo de la zona.
5. Competitividad.

(PNIT) Plan Nacional e Integral de Turismo (2012–2015).

Como consecuencia de la crisis en el 2008, el Plan Horizonte 2020 resultaba demasiado sofisticado, por lo que en 2011 el Partido Popular lo paralizó y decidió poner en práctica un nuevo plan, denominado Plan Nacional e Integral de Turismo, con una trayectoria temporal de cuatro años, coincidiendo básicamente con la legislatura del Partido Popular. El plan siguió la misma ruta que los anteriores, primero se hizo un análisis y diagnóstico de la situación y, a continuación, se

platearon los objetivos y líneas de actuación para conseguirlos. En líneas generales, resultaba un plan menos moderno, pero con unos objetivos más factibles y fáciles de llevar a cabo.

Líneas de actuación.

1. Alineamiento de actores (públicos y privados)
2. Conocimiento del sector.
3. Talento y emprendeduría.
4. Oferta y destinos.
5. Fuerza de la Marca España.
6. Orientación al cliente.

4.1.4 Planes en destino.

En 1993 se crea el Programa de Planes. Este programa era una de las 5 líneas de actuación del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES I)

- **Planes de Excelencia Turística**, que consistía en desarrollar una serie de actuaciones en los destinos maduros del litoral, intentando solventar los problemas de congestión y de obsolescencia, y en los destinos maduros del interior, cuyo principal problema era la baja pernoctación.
- **Planes de Dinamización Turística**, cuyo objetivo principal era impulsar la actividad turística en destinos que presentaban un potencial desarrollo.

El Plan Integral de la Calidad Turística Española (PICTE 2000-2006) continuó con el Programa de Planes, pero en 2005 se reorientaron las bases de ambos planes y se combinaron para dar lugar a un nuevo plan que reunificaba las claves de los dos: los Planes de Dinamización del Producto Turístico. Se basaba en la creación de productos que eran potencialmente comercializables en algún punto del futuro, más cercano o más lejano. Ya no existía diferencia entre destinos maduros o incipientes, ni entre destinos de costa o de interior.

CAPÍTULO 5

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

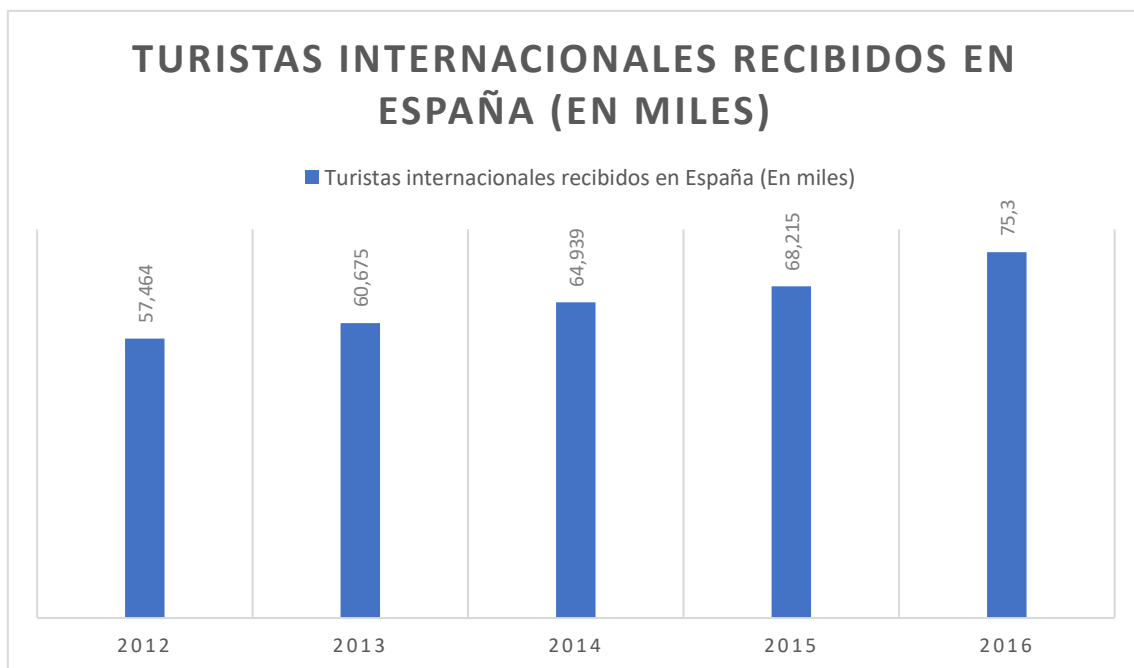
5.1. La demanda turística en España.

Que una persona decida viajar o no depende de numerosos elementos y factores, tanto económicos como psicológicos, sociológicos, éticos, etc. Por lo tanto, el estudio del turismo, como concepto, no se basa solamente en datos numéricos, sino que esta variable -que lleva investigándose desde los años 50-, está estrechamente ligada a las decisiones de los consumidores y a otros aspectos como el tiempo de ocio, el tiempo libre, y el tiempo de trabajo de cada persona.

5.1.1. Turismo receptor.

En los últimos años la llegada de turistas a nuestro país ha ido en aumento. En 2012 España ya recibía 57.4 millones de turistas, en 2014 rozaba los 65, en 2015 ya superaba los 68, y en 2016 se batieron todos los récords acogiendo a 75.5 millones de turistas.

Tabla 5.1.1. Turistas internacionales recibidos en España. 2016.



Fuente: Datos FRONTUR-INE y elaboración propia.

DESTINO

Si analizamos los datos del 2016 por comunidades autónomas, las regiones que han recibido mayor número de turistas son: Cataluña, Islas Baleares e Islas Canarias. A continuación, lo hacen: Andalucía, Valencia y Madrid. Entre estas seis comunidades reúnen el 91% de los turistas extranjeros.

Tabla 5.1.2. Llegadas de turistas internacionales por Comunidades Autónomas. 2016.



Fuente: Datos FRONTUR-INE y elaboración propia.

ORIGEN

En 2016, los principales países emisores son: Reino Unido, Francia y Alemania, que representan el 55% del total de turistas extranjeros. Estados Unidos suma el 2% del total.

Tabla 5.1.3. Llegada de turistas internacionales por país de residencia. 2016.

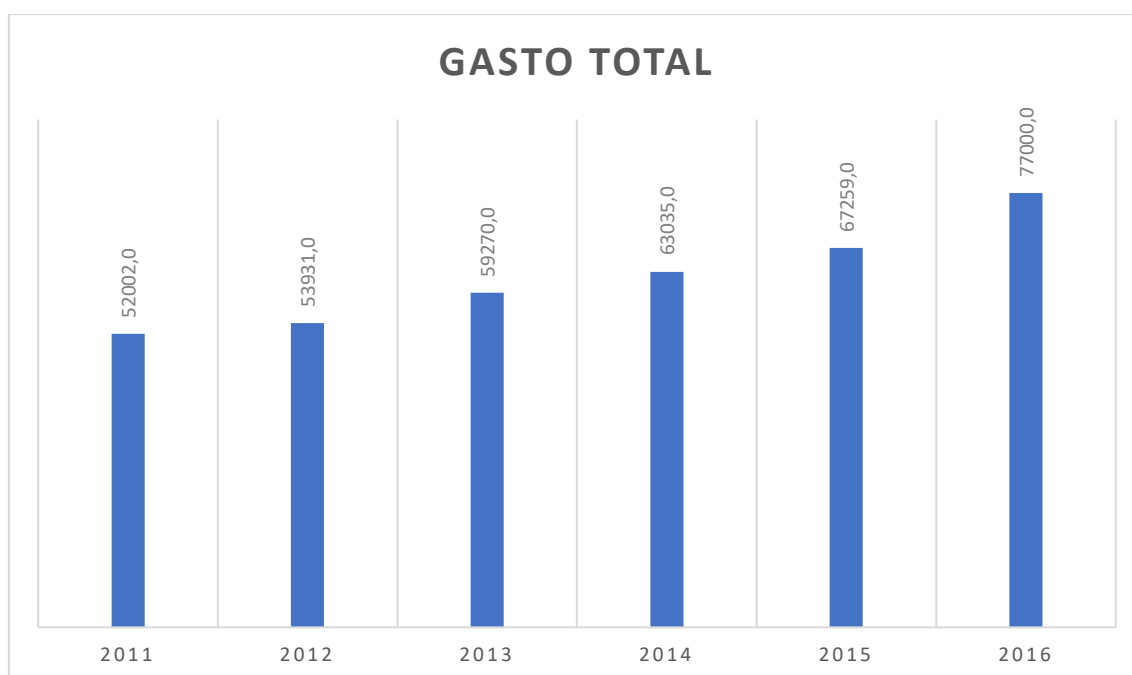


Fuente: Datos FRONTUR-INE y elaboración propia.

GASTO TOTAL

Durante 2016, el gasto total de los turistas internacionales que vinieron a España alcanzó los 77 millones de euros, lo que representa un incremento del 8,3% respecto al año anterior.

Tabla 5.1.4. Gasto total de los turistas internacionales recibidos en España. 2016.

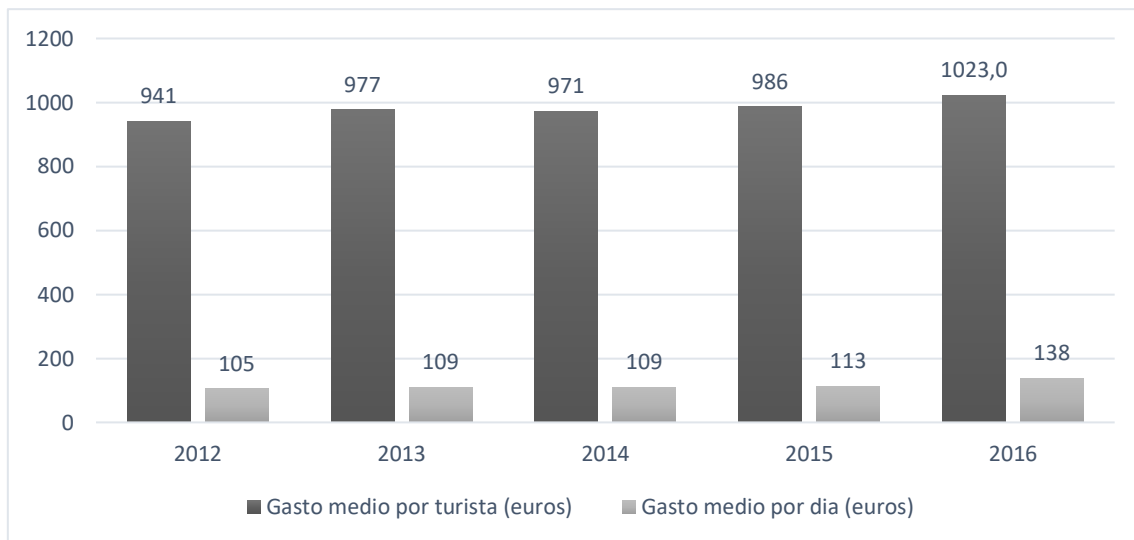


Fuente: Datos FRONTUR-INE y elaboración propia.

En el gráfico anterior se observa como en los últimos años el gasto total de los turistas internacionales que visitan nuestro país ha ido en aumento, cuando en 2011 el gasto era de poco más de 52 millones, en 2016 se batieron todos los récords, alcanzando 77 millones de euros.

El aumento del gasto total se debe principalmente a dos razones: en primer lugar, el incremento del número de turistas que visitan nuestro país, que en los últimos años ha ido creciendo respecto a los años anteriores, y en segundo lugar, al gasto medio por turista, y por día.

Tabla 5.1.5. Gasto medio por turista y gasto medio por día (euros). 2016.



Fuente: Datos FRONTUR–INE y elaboración propia.

En estos dos gráficos podemos observar como en 2012, el gasto medio por turista es de 941€, frente a los 1.023€ en 2016. De igual manera sucede con el gasto medio por día, 105€ en 2012, y 138€, en 2016.

ESTACIONALIDAD

España recibe en julio, agosto y septiembre la mayor afluencia de turistas extranjeros, lo que representa un 37% del cómputo anual. Esta tendencia estacional se ha ido reduciendo con el paso de los años por el fomento de otros tipos de turismo, aparte del de “sol y playa”.

Tabla 5.1.6. Estacionalidad. 2016.



Fuente: Datos FRONTUR–INE y elaboración propia.

POR VÍA DE ACCESO

Al tratarse de turistas internacionales, el transporte más utilizado para llegar a nuestro país, por motivos vacacionales, es el avión con 79%. Le sigue la carretera con un 18%.

Conviene destacar que de ese 79% de turistas extranjeros que vienen a nuestro país, el 57% elige compañías aéreas de bajo coste.

POR TIPO DE ALOJAMIENTO

Para pernoctar, los turistas eligen los hoteles en un 64%, los apartamentos turísticos un 9.5%, y disponen de una vivienda propia, un 20%.

Asimismo, la duración de la estancia depende del tipo de alojamiento: en hoteles 6-8 días, y en otro tipo 13.3 noches de media.

MOTIVACIONES DEL VIAJE

El 84% de turistas extranjeros que visitan nuestro país lo hacen por ocio y vacaciones, el 7% por motivos de trabajo, y el 5% por motivos personales.

De los 84% de turistas que vienen por ocio y vacaciones, solo el 20% lo hacen por otras motivaciones que no sean el “sol y playa”.

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

Solo el 30% de los turistas que llegan vienen con un paquete turístico, frente al 70% restante que usan internet. Además, los viajes combinados son más utilizados por los turistas de destinos lejanos.

5.1.2 Turismo nacional.

En 2016, según datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR), elaborada por el Instituto Nacional de Turismo, los residentes en España realizaron 182,0 millones de viajes, lo que supuso un incremento del 3,7% respecto al 2015. Estos viajes alcanzaron más de 780,3 millones de pernoctaciones, un 4,1% más que el año anterior. Respecto al gasto, sufrió un incremento de 9,1%, alcanzando 41.388 millones de euros.

Del total de estos viajes, el 91,4% se llevaron a cabo dentro de España, y solo el 8,6% en el extranjero.

Los viajes realizados dentro del país, suponen el 82,4% de las pernoctaciones, y el 68,0% del gasto total. El gasto medio diario de estos viajes nacionales es de 44€.

Las pernoctaciones de los viajes de los residentes españoles al extranjero suman el 17,6% y el gasto total fue de 32,0%. En este caso el gasto medio diario es mayor, llega a los 96€.

Ocio, recreo y vacaciones son los principales motivos de viaje en 42%, seguido de visitas a familiares y amigos, 38,6%. Durante 2016, los españoles gastaron en desplazamientos de ocio, recreo y vacaciones, un 56% del total, con un gasto medio diario de 59€, que aumenta hasta los 103€, en los viajes de negocio.

Un 63% de españoles prefirieron alojamientos de “no mercado”, siendo su gasto medio de 28€, que representa el gasto medio diario más bajo. Los que lo hicieron en establecimientos hoteleros alcanzaron un gasto medio diario de 125€.

Tabla 5.1.7. Viajes, pernoctaciones y gasto por principales características.

Viajes, pernoctaciones y gasto por principales características

Año 2016

	Viajes		Pernoctaciones		Gasto total (millones de euros)		Gasto medio por persona (euros)	Gasto medio diario (euros)
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	Total
TOTAL	181.950.842	100,0	780.324.511	100,0	41.388,2	100,0	227	53
TIPO DE DESTINO								
España	166.218.791	91,4	643.050.482	82,4	28.154,4	68,0	169	44
Dentro de la comunidad autónoma	86.079.120	47,3	256.339.020	32,9	7.981,7	19,3	93	31
A otra comunidad autónoma	80.139.671	44,0	386.711.462	49,6	20.172,7	48,7	252	52
Extranjero	15.732.052	8,6	137.274.029	17,6	13.233,7	32,0	841	96
MOTIVO								
Ocio, recreo y vacaciones	85.923.673	47,2	397.293.168	50,9	23.369,0	56,5	272	59
Visitas a familiares o amigos	70.216.756	38,6	276.691.341	35,5	9.655,7	23,3	138	35
Negocios y motivos profesionales	16.088.694	8,8	61.101.656	7,8	6.318,5	15,3	393	103
Otros motivos	9.721.720	5,3	45.238.346	5,8	2.045,0	4,9	210	45
ALOJAMIENTO								
Hotelero	41.266.027	22,7	154.872.086	19,8	19.302,9	46,6	468	125
Resto de mercado	24.409.642	13,4	131.344.143	16,8	8.095,5	19,6	332	62
No de mercado	116.275.173	63,9	494.108.281	63,3	13.989,7	33,8	120	28

Fuente: ETR/FAMILITUR 2016.

En los viajes internos, el gasto en bares y restaurantes, fue de 26,1%, seguido del gasto en alojamiento y en transporte, con un 23,3% y 21,6% respectivamente. Sin embargo, en los viajes al extranjero, el gasto más elevado lo tuvo el transporte con un 29,5%, seguido del alojamiento, 19,0%, y bares y restaurantes, 18,3%.

Es en el tercer trimestre donde encontramos los gastos medios más bajos en los viajes internos, 36€.

Tabla 5.1.8. Gasto por partidas de gasto según destino. 2016.

Gasto por partidas de gasto según destino										
Año 2016										
	Tr. I		Tr. II		Tr. III		Tr. IV		Año 2016	
	(millones de euros)	%	(millones de euros)	%	(millones de euros)	%	(millones de euros)	%	(millones de euros)	%
TOTAL										
Gasto total	7.990,3	100,0	8.508,3	100,0	16.725,1	100,0	8.164,5	100,0	41.388,2	100,0
Gasto en paquete turístico	544,5	6,8	829,0	9,7	1.419,4	8,5	731,7	9,0	3.524,6	8,5
Gasto en alojamiento	1.572,1	19,7	1.895,6	22,3	3.909,5	23,4	1.701,0	20,8	9.078,1	21,9
Gasto en transporte	2.150,7	26,9	2.190,3	25,7	3.441,0	20,6	2.185,9	26,8	9.967,9	24,1
Gasto en bares y restaurantes	1.927,2	24,1	1.896,6	22,3	4.133,1	24,7	1.804,6	22,1	9.761,5	23,6
Gasto en actividades	322,8	4,0	318,7	3,7	681,6	4,1	309,0	3,8	1.632,1	3,9
Gasto en bienes duraderos	158,6	2,0	120,3	1,4	128,6	0,8	115,0	1,4	522,5	1,3
Resto de gastos	1.314,5	16,5	1.257,8	14,8	3.011,9	18,0	1.317,3	16,1	6.901,5	16,7
Gasto medio por persona (€)	198	--	199	--	274	--	216	--	227	--
Gasto medio diario por persona (€)	58	--	67	--	43	--	64	--	53	--
ESPAÑA										
Gasto total	5.472,4	100,0	5.791,1	100,0	11.622,4	100,0	5.268,6	100,0	28.154,4	100,0
Gasto en paquete turístico	220,5	4,0	389,2	6,7	344,6	3,0	260,3	4,9	1.214,7	4,3
Gasto en alojamiento	1.106,4	20,2	1.340,4	23,1	2.994,1	25,8	1.124,0	21,3	6.565,0	23,3
Gasto en transporte	1.311,7	24,0	1.315,7	22,7	2.158,0	18,6	1.282,1	24,3	6.067,5	21,6
Gasto en bares y restaurantes	1.451,0	26,5	1.427,4	24,6	3.158,9	27,2	1.299,6	24,7	7.337,0	26,1
Gasto en actividades	206,9	3,8	206,8	3,6	417,5	3,6	186,9	3,5	1.018,1	3,6
Gasto en bienes duraderos	145,0	2,6	89,3	1,5	101,8	0,9	104,4	2,0	440,5	1,6
Resto de gastos	1.030,8	18,8	1.022,3	17,7	2.447,3	21,1	1.011,2	19,2	5.511,7	19,6
Gasto medio por persona (€)	148	--	147	--	209	--	153	--	169	--
Gasto medio diario por persona (€)	49	--	55	--	36	--	53	--	44	--
EXTRANJERO										
Gasto total	2.517,9	100,0	2.717,2	100,0	5.102,7	100,0	2.895,9	100,0	13.233,7	100,0
Gasto en paquete turístico	324,0	12,9	439,8	16,2	1.074,8	21,1	471,4	16,3	2.309,9	17,5
Gasto en alojamiento	465,6	18,5	555,2	20,4	915,3	17,9	577,0	19,9	2.513,1	19,0
Gasto en transporte	839,0	33,3	874,6	32,2	1.283,0	25,1	903,8	31,2	3.900,4	29,5
Gasto en bares y restaurantes	476,1	18,9	469,2	17,3	974,2	19,1	505,0	17,4	2.424,5	18,3
Gasto en actividades	115,8	4,6	111,9	4,1	264,2	5,2	122,1	4,2	614,0	4,6
Gasto en bienes duraderos	13,7	0,5	31,0	1,1	26,7	0,5	10,5	0,4	81,9	0,6
Resto de gastos	283,7	11,3	235,5	8,7	564,6	11,1	308,1	10,6	1.389,8	10,5
Gasto medio por persona (€)	737	--	806	--	927	--	842	--	841	--
Gasto medio diario por persona (€)	94	--	126	--	84	--	102	--	95	--

Fuente: ETR/FAMILITUR 2016.

Durante 2016, las Comunidades Autónomas que tienen mayor afluencia de turistas nacionales son Andalucía (17.5%), Cataluña (12.3%), la Comunidad Valenciana (9.4%) y Castilla y León (9.4%).

Asimismo, las Comunidades Autónomas menos visitadas: La Rioja (0.8%), Navarra (1.4%), y las Islas Baleares (1.8%).

Los gastos medios más altos se dieron en Canarias (67€), Madrid (66€), y en las Islas Baleares (64€). Los más bajos en Castilla y La Mancha (32€), en Castilla y León (33€) y Extremadura (33€).

Tabla 5.1.9. Viajes, pernoctaciones y gasto según destino (extranjero y ccaa). 2016.

Viajes, pernoctaciones y gasto según destino (extranjero y comunidades autónomas). Año 2016

	Viajes		Pernoctaciones		Gasto total (millones de euros)		Gasto medio por persona (euros)	Gasto medio diario (euros)
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	Total
TOTAL	181.950.842	100,0	780.324.511	100,0	41.388,2	100,0	227	53
Extranjero	15.732.052	8,6	137.274.029	17,6	13.233,7	32,0	841	96
Andalucía	31.761.512	17,5	133.301.145	17,1	5.626,5	13,6	177	42
Aragón	8.011.707	4,4	27.496.462	3,5	1.102,1	2,7	138	40
Asturias, Principado de	4.165.072	2,3	16.330.030	2,1	744,3	1,8	179	46
Baleares, Illes	3.237.272	1,8	17.659.862	2,3	1.123,8	2,7	347	64
Canarias	5.712.319	3,1	24.147.467	3,1	1.606,2	3,9	281	67
Cantabria	4.168.632	2,3	17.169.054	2,2	704,4	1,7	169	41
Castilla y León	17.173.532	9,4	65.219.055	8,4	2.136,7	5,2	124	33
Castilla - La Mancha	12.175.378	6,7	37.734.636	4,8	1.195,7	2,9	98	32
Cataluña	22.390.518	12,3	75.528.285	9,7	3.708,9	9,0	166	49
Comunitat Valenciana	17.184.707	9,4	84.170.054	10,8	3.307,7	8,0	192	39
Extremadura	4.758.527	2,6	19.000.722	2,4	633,9	1,5	133	33
Galicia	9.715.136	5,3	39.778.656	5,1	1.647,6	4,0	170	41
Madrid, Comunidad de	13.041.046	7,2	39.540.910	5,1	2.599,9	6,3	199	66
Murcia, Región de	3.763.658	2,1	15.608.107	2,0	551,3	1,3	146	35
Navarra, Comunidad Foral de	2.586.215	1,4	8.080.941	1,0	364,5	0,9	141	45
Pais Vasco	4.855.953	2,7	17.247.386	2,2	899,2	2,2	185	52
Ríoja, La	1.433.118	0,8	4.703.086	0,6	177,1	0,4	124	38
Ceuta	-	-	-	-	-	-	-	-
Melilla	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: ETR/FAMILITUR 2016.

Durante 2016, los residentes de la Comunidad de Madrid, Andalucía y Cataluña fueron los que más viajaron con un 19%, 15,8% y un 15,7% respectivamente.

Los gastos medios más altos por lugar de residencia fueron los de las Islas Baleares (67€), Canarias (61€) y Cantabria (60€). Los que menos gastaron fueron andaluces y vascos con 48€ de gasto medio diario y los aragoneses y murcianos con 49€ de media diaria.

Tabla 5.1.10. Viajes, pernoctaciones y gasto según comunidad de residencia de los viajeros. 2016

Viajes, pernoctaciones y gasto según comunidad de residencia de los viajeros Año 2016								
	Viajes		Pernoctaciones		Gasto total (millones de euros)		Gasto medio por persona (euros)	Gasto medio diario (euros)
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	Total
TOTAL	181.950.842	100,0	780.324.511	100,0	41.388,2	100,0	227	53
Andalucía	28.793.268	15,8	115.353.194	14,8	5.530,3	13,4	192	48
Aragón	6.696.554	3,7	26.728.547	3,4	1.297,7	3,1	194	49
Asturias, Principado de	4.238.012	2,3	17.082.780	2,2	922,9	2,2	218	54
Baleares, Iles	3.040.618	1,7	16.594.408	2,1	1.105,5	2,7	364	67
Canarias	5.727.601	3,1	26.961.060	3,5	1.633,7	3,9	285	61
Cantabria	2.204.575	1,2	7.425.343	1,0	445,2	1,1	202	60
Castilla y León	11.151.822	6,1	41.930.568	5,4	2.107,2	5,1	189	50
Castilla - La Mancha	8.278.442	4,5	31.055.361	4,0	1.545,3	3,7	187	50
Cataluña	28.558.533	15,7	121.556.611	15,6	7.212,2	17,4	253	59
Comunitat Valenciana	15.448.191	8,5	64.546.435	8,3	3.258,1	7,9	211	50
Extremadura	4.077.912	2,2	13.969.905	1,8	725,2	1,8	178	52
Galicia	9.188.278	5,0	32.683.663	4,2	1.762,9	4,3	192	54
Madrid, Comunidad de	34.655.875	19,0	170.010.231	21,8	9.159,0	22,1	264	54
Murcia, Región de	4.349.764	2,4	19.343.008	2,5	947,2	2,3	218	49
Navarra, Comunidad Foral de	3.246.901	1,8	13.077.415	1,7	713,7	1,7	220	55
País Vasco	10.488.344	5,8	53.958.089	6,9	2.598,5	6,3	248	48
Rioja, La	1.215.566	0,7	5.045.556	0,6	260,2	0,6	214	52
Ceuta	345.108	0,2	1.519.835	0,2	77,4	0,2	224	51
Melilla	245.478	0,1	1.482.504	0,2	86,0	0,2	350	58

Fuente: ETR/FAMILITUR 2016.

TURISMO NACIONAL POR TRIMESTRES

Primer trimestre (enero/febrero/marzo)

En el primer trimestre del 2016 se realizaron un total de 40,3 millones de viajes, lo que significa un 23,4% más que el año anterior.

El gasto total se incrementó en un 39,8%, alcanzando los 7.990 millones de euros.

Los principales destinos elegidos, durante los tres primeros meses del año, fueron: Andalucía, Cataluña y Castilla y León.

Dado que el primer trimestre coincide con parte de las fiestas navideñas y en 2016 Semana Santa se celebró en marzo, el motivo principal de los desplazamientos fue por visitas a familiares o amigos, que representa un 44,6% del total.

En 2016 se produjeron 6,5 millones de desplazamientos durante Semana Santa, un 6,1% más que en 2015.

Segundo trimestre (abril/mayo/junio)

En el segundo trimestre del 2016, se alcanza 42,8 millones de viajes, un 8,5% menos que el año anterior.

El gasto total también decreció en un 5,3% respecto a 2015, alcanzándose un total de 8.508 millones de euros.

Los principales destinos durante abril, mayo y junio siguieron siendo Andalucía, Cataluña y Castilla y León.

El motivo principal para viajar durante este trimestre fue por ocio, recreo y vacaciones (46.6%).

Tercer trimestre (julio/agosto/septiembre)

Durante los meses de verano –julio, agosto y septiembre-, 2016, se batieron récords, alcanzándose los 61 millones de turistas, lo que significa un incremento de 4,6% respecto a 2015.

El gasto total aumentó un 5,3%, alcanzándose los 16.725 millones de euros.

Los principales destinos durante los meses de verano son Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña.

Y el principal motivo de los desplazamientos es el ocio, recreo y vacaciones (57,5%).

Cuarto trimestre (octubre/noviembre/diciembre)

Durante el cuarto trimestre el número de turistas se mantiene en los 38 millones de viajes.

El gasto total aumenta un 10,7%, lo que se traduce en 8.165 millones de

euros.

Los destinos principales vuelven a ser Andalucía, Cataluña y Castilla y León.

El motivo principal, como ocurría en el primer trimestre, son las visitas a familiares o amigos (44,9%).

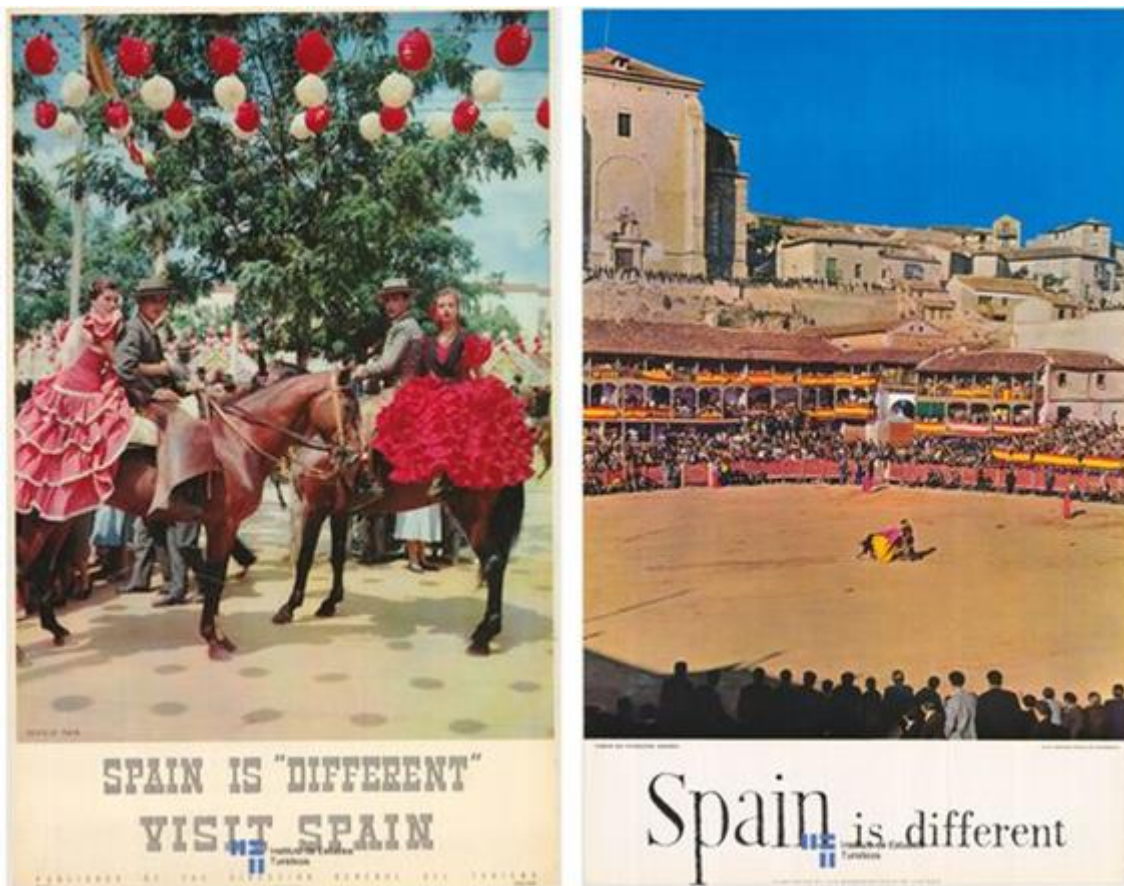
5.2. La oferta turística en España.

España bate récords en número de turistas cada año. En 2016 fueron más de 75,5 millones de personas las que eligieron visitar nuestro país.

¿Qué ofrece nuestro país a los turistas? ¿Qué nos diferencia del resto de países?

¿Cuál es la oferta turística española? ¿Por qué los turistas eligen España?

Imagen 5.2. “Spain is diferent”



Fuente: *Marca España.*

En palabras de Ansón Oliart (2017), Presidente de Honor de la Academia Internacional de la Gastronomía, en una entrevista para “Territorio y Marketing” afirma lo siguiente:

Nuestro país es diferente porque lo tiene todo: una naturaleza variada, cinco mares, climas distintos, una gran historia y una gastronomía líder en el mundo en estos momentos. Esta diversidad permite a los turistas disfrutar de un abanico de posibilidades muy amplio en el cual cada uno puede encontrar lo que le apetece hacer o visitar. La gente que quiere, puede venir a España a descansar en la playa y disfrutar del sol, a la vez que conocer los museos y los monumentos para descubrir su historia.

5.2.1 Competitividad Turística.

España lleva dos años consecutivos liderando el ranking mundial de Competitividad Turística elaborado por el Foro Económico Mundial.

Esta clasificación se realiza cada dos años, y analiza catorce dimensiones diferentes de un total de 136 países.

En 2017, España alcanzó una décima más que en la edición anterior.

Tabla 5.2.1. Países más competitivos en el sector turístico. 2017.



Fuente: *Foro Económico Mundial. 2017*

Las 14 dimensiones que se plantean y estudian son las siguientes:

1. Recursos culturales y de viajes de negocios
2. Infraestructuras de servicios turísticos
3. Salud e higiene
4. Seguridad
5. Priorización del turismo
6. Tecnología de la información
7. Infraestructuras terrestres y puertos
8. Infraestructuras y transporte aéreo
9. Recursos humanos y mercado laboral
10. Recursos naturales
11. Sostenibilidad ambiental
12. Competitividad de precios
13. Entorno para hacer negocios
14. Apertura internacional

En la siguiente tabla podemos observar la puntuación que recibió España en cada una de las 14 dimensiones que se analizan sobre la Competitividad Turística en el Foro Económico Mundial.

Tabla 5.2.2. Puntuación de España en las distintas dimensiones analizadas sobre la Competitividad turística en el Foro Económico Mundial.

	Puntuación	Pto. en el ranking
Recursos culturales y de viajes de negocios	6,8	2
Infraestructuras de servicios turísticos	6,7	2
Salud e higiene	6,3	24
Seguridad	6,2	18
Priorización del turismo	5,9	5
Tecnología de la Información	5,5	29
Infraestructuras terrestre y puertos	5,2	15
Infraestructuras y transporte aéreo	5	9
Recursos humanos y mercado laboral	4,9	34
Recursos naturales	4,9	9
Sostenibilidad ambiental	4,6	31
Competitividad de precios	4,5	98
Entorno para hacer negocios	4,4	75
Apertura internacional	3,9	43

Fuente: *Foro Económico Mundial*.

5.2.2 Oferta turística: componentes.

En opinión de Gómez Martín y López Palomeque (2002) “la oferta turística de un país está formada por tres componentes: los recursos, las infraestructuras y las empresas turísticas”.

RECURSOS – MODELO TURÍSTICO DE SOL Y PLAYA

Imagen: 5.2.3. Recursos–Modelo Turístico de “sol y playa”.



Fuente: *Guía de Viaje*. (2004)

España cuenta con multitud de recursos, tanto naturales como culturales, que posibilitan la atracción de un gran número de turistas cada año: litoral, montañas, estaciones de esquí, Ciudades Patrimonio de la Humanidad, restos arqueológicos, museos, fiestas como San Fermín o la Feria de Abril, los pasos de Semana Santa o el Camino de Santiago.

Pero desde el “boom turístico” de los años 60, España ha sido más conocida por su modelo de “sol y playa”, con una pronunciada estacionalidad en los meses de verano, que se intenta evitar, mediante la diversificar las actividades turísticas, ofreciendo otras alternativas. Sin embargo, hoy por hoy, el “sol y playa” sigue siendo la primera opción de muchos turistas.

En 2004, Cristina Narbona, Ministra de Medio Ambiente, opina que “el modelo turístico de sol y playa tiene los días contados”, afirmación que ha abierto un extenso debate a favor y en contra. “Este modelo de turismo es fundamental para España”, respondió el Secretario General de Turismo, Raimon Martínez Fraile.

El turismo español necesita una nueva gestión para poderse adaptarse a las tendencias y mercados, y complementar la oferta turística. En ningún caso se puede dar por agotado un modelo turístico de “sol y playa”, que cada año atrae a millones de turistas.

Muchos expertos hacen hincapié en que el modelo turístico de sol y playa no está en crisis, pero reconocen que hay problemas: saturación de plazas, estacionalidad, la concentración en el territorio, etc.

En los últimos años, los Planes de Turismo y las Administraciones de las Comunidades Autónomas están buscando soluciones para poder reinventar el modelo turístico de “sol y playa”. Se plantea la posibilidad de dar un mayor peso al sector privado, ya que podría ofrecer un amplio abanico de nuevas actividades, que completarían la oferta turística de “sol y playa”.

RECURSOS – 15 CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

Imagen: 5.2.4. Logo Ciudades Patrimonio de la Humanidad, España (UNESCO).



Fuente: Página Oficial Española de *Ciudades Patrimonio de la Humanidad*
(UNESCO)

Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de La Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo y Úbeda son las 15 ciudades españolas que han sido declaradas Ciudad Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Y no es de extrañar, las 15 ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad cuentan con un gran valor arquitectónico, cultural y artístico.

En Alcalá de Henares encontramos la casa natal de Miguel de Cervantes, datada del siglo XVI.

Ávila fue inscrita en 1985 en la lista de Patrimonio Mundial por, entre otras cosas, haber conservado íntegramente su muralla medieval del siglo XII.

Cáceres, declarada Patrimonio de la Humanidad por su variedad arquitectónica y artística. El casco urbano de la ciudad extremeña refleja los numerosos pueblos y civilizaciones que han pasado por ella a lo largo del tiempo: romanos, almohades, judíos, musulmanes, leoneses y castellanos...

La Mezquita–Catedral, mezcla de estilos durante nueve siglos, y su centro histórico, siendo uno de los cascos más antiguos de Europa, hicieron que Córdoba consiguiera entrar en la lista de Patrimonio de la Humanidad.

Las ‘Casas Colgadas’ y la Catedral de Santa María la Mayor son los dos atractivos por los cuales la UNESCO inscribió la ciudad de Cuenca en la lista de Patrimonio de la Humanidad.

Ibiza, por las numerosas civilizaciones que dejaron su sello a lo largo del tiempo: el recinto amurallado de Dalt Vila, los restos arqueológicos del poblado fenicio de Sa Caleta, la necrópolis púnica de Puig de Molins y las barreras marinas de Posidonia.

El importante patrimonio arquitectónico que posee la capital de Extremadura, Mérida, dota a la ciudad de unas características dignas de formar parte de la lista de Patrimonio de la Humanidad.

Salamanca, entre otros muchos recursos, por su Universidad, fundada en 1254 y que pervive hasta la actualidad.

San Cristóbal de la Laguna, situada en Tenerife, fue declarada Patrimonio de la Humanidad en 1999 por ser un ejemplo de ciudad colonial no amurallada, que conserva gran parte del trazado original del siglo XV.

El casco antiguo de Santiago de Compostela y su Catedral, última etapa del Camino de Santiago, son Patrimonio de la Humanidad.

Segovia, por su Acueducto romano, y su casco medieval, también entra en esta lista de las 15 ciudades inscritas.

Tarragona como ciudad romana.

Toledo, ciudad de mezcla de culturas: cristiana, hebrea y musulmana, cuyas huellas están presentes en su casco antiguo. La Catedral es un ejemplo de ello. Además, El Greco pintó aquí gran parte de sus obras, entre las que destacamos “El entierro del Señor Orgaz”, en la parroquia de Santo Tomé.

Úbeda por su el conjunto de arquitectura renacentista.

Baeza, por su casco histórico, testigo de diferentes culturas: romana, visigoda, cristiana y musulmana.

RECURSOS – CULTURAL.

La Alhambra, situada en la ciudad andaluza de Granada, fue el monumento que más visitas recibió en 2016, con un total de 2.615.188 personas, un 5.7% más respecto al año anterior.

Le siguen otros monumentos como el Alcázar de Segovia, la Sagrada Familia en Barcelona, la Mezquita de Córdoba, la Catedral de Santiago de Compostela, la Catedral de Burgos, la Catedral de Mallorca, la Basílica de Nuestra Señora del Pilar, el Teatro Romano de Mérida y la Giralda, entre otros.

Asimismo, los Museos Nacionales en España, integran la “Red de Museos de España”, y sus fondos están unidos al coleccionismo real, nobiliario y eclesiástico. Entre ellos destacamos: el Museo nacional Centro de Arte Reina Sofía (Madrid), con 3,2 millones de visitas en 2015, el Museo Nacional del Prado (Madrid) 2,6 millones, y el Museo Guggenheim Bilbao, 1,1 millones.

También debemos mencionar la Ciudad de las Artes y las Ciencias (Valencia), con 1,9 millones de turistas.

RECURSOS – ESTACIONES DE ESQUÍ.

Son muy numerosos y de calidad. Baqueira-Beret es una de las estaciones de esquí españolas más completas, con 155km esquiabiles, y una oferta cuidada y competitiva de restauración y hotelera.

Por citar algunas: Sierra Nevada, Formigal-Panticosa, Cerler, Astún, Candanchú, Pantigosa, Pajares etc.

Además de todos los recursos ya mencionados, España cuenta con un amplio abanico de posibilidades, como el turismo ecológico, religioso, de salud, deportivo, rural, de negocios, enológico, etc.

INFRAESTRUCTURAS Y EMPRESAS TURÍSTICAS.

Planta Hotelera Española

En 2015, el sector hotelero español en temporada alta contaba con casi 17.000 establecimientos. Respecto al año anterior, según Ferrer Morini (2016:1), los ingresos por habitación han aumentado en un 13% y la tarifa media un 6,9%.

Según Gómez y González (2014), “la actividad turística y, con ella, el sector hotelero ha tenido un papel significativo para la economía española, siendo incluso una pieza clave para la recuperación de la crisis”.

Dentro de la Unión Europea, España suma el 16% del mercado de plazas hoteleras (IET, 2014).

Las dos tercias partes de estas plazas hoteleras se concentran en seis comunidades autónomas: Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.

Además, España es el séptimo país con más hoteles de 5 estrellas (Hosteltur, 2015).

Algunas de las cadenas hoteleras más importantes de nuestro país son NH Hoteles, AC Hoteles, HOTUSA, Paradores de Turismo, Hoteles Barceló, Hoteles Catalonia, Meliá, etc. Aunque solo dos de ellas cotizan en bolsa, Meliá y NH.

Tabla: 5.2.5. Evolución del número de hoteles y hostales en España por categoría (2008-2014).

HOTELES	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
5 estrellas	208	222	238	251	256	251	251
4 estrellas	1.617	1.719	1.830	1.929	1.986	2.030	2.064
3 estrellas	2.342	2.397	2.466	2.515	2.506	2.504	2.487
2 estrellas	1.830	1.849	1.860	1.890	1.890	1.865	1.875
1 estrella	1.189	1.203	1.194	1.189	1.188	1.160	1.163
HOSTALES							
Tres y dos estrellas	2.972	3.000	3.033	3.083	3.077	3.033	3.018
Una estrella	4.538	4.436	4.217	4.140	4.093	3.980	3.870
TOTALES	14.695	14.824	14.837	14.997	14.996	14.822	14.728

Fuente: Datos del *Fondo Monetario Internacional* (2015) y elaboración propia.

En la tabla 5.2.5, se compara el número total de hoteles según su clasificación entre los años 2008 y 2014. A pesar de la crisis económica y de sus consecuencias para el sector turístico no se observa un decrecimiento. Según Ferrer Morini (2016:1), esta constancia en el número de establecimientos hoteleros, incluso incremento, ya que los últimos datos de 2016 contabilizan casi 17.000 establecimientos, se debe al descenso de los precios. Tras la crisis la única solución para mantener el sector fue rebajar los precios. Aún hoy, Barcelona tiene un coste medio de 125€ por habitación, precio bastante bajo si lo comparamos con las demás grandes ciudades turísticas europeas.

Resulta importante remarcar, que hoy en día, lo que busca el sector alojamiento español es la calidad, la mejora de sus instalaciones, y adaptarse a los nuevos gustos y hábitos del consumidor, ya que si hace unos años resultaba imprescindible para los usuarios disfrutar de un minibar en la habitación, hoy en día buscan otras facilidades, como el wifi gratuito.

Infraestructuras aéreas

España cuenta con 48 aeropuertos, los aeropuertos de nuestro país están gestionados por la sociedad Aena y clasificados como Bienes de Interés Cultural.

En 2016, los aeropuertos españoles alcanzaron la cifra de 230,2 millones de pasajeros. Solo los aeropuertos de Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca suman la mitad del total. Como contrapartida, el aeropuerto con menos pasajeros fue el de Huesca-Pirineos, con tan solo 95 usuarios.

La compañía aérea más conocida y con mejores resultados es Iberia.

Tabla 5.2.6. Tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles durante el año 2016.

Aeropuertos	Total
Adolfo Suarez Madrid – Barajas	50.420.583
Barcelona – El Prat	44.154.693
Palma de Mallorca	26.253.882
Málaga – Costa del Sol	16.672.776
Alicante – Elche	12.334.945
Gran Canaria	12.093.645
Tenerife - Sur	10.472.404
Ibiza	7.416.368
Lanzarote	6.683.956
Valencia	5.799.104
Fuerteventura	5.676.817
Sevilla	4.624.038
Bilbao	4.588.265
Tenerife – Norte	4.219.191
Menorca	3.178.612
Santiago	2.510.740
Girona	1.664.763
Asturias	1.281.979
La Palma	1.116.146
Murcia – San Javier	1.096.980
A Coruña	1.063.291
Vigo	954.006
Almería	919.808
Jerez de la Frontera	916.451
Reus	817.611
Seve Ballesteros – Santander	778.318
FGL Granada – Jaén	753.142
Zaragoza	419.529
Melilla	330.116
San Sebastián	264.422
Valladolid	231.868
El Hierro	156.439
Pamplona	153.476
La Gomera	38.042
Vitoria	36.716
León	36.554
Badajoz	32.963
Logroño	17.374
Salamanca	15.526
Córdoba	7.397
Burgos	4.682
Sabadell	4.414
Son Bonet	2.278
Madrid – Cuatro vientos	2.041
Ceuta – Helipuerto	1.654
Albacete	1.277
Algeciras – Helipuerto	136
Huesca – Pirineos	95

Fuente: Datos AENA (2016) y elaboración propia.

Infraestructuras de transporte: Red de ferrocarril, de carreteras y puertos

España cuenta con una red de ferrocarril de más de 15.500 kilómetros, gestionados en su mayoría por la empresa Adif. Del total de kilómetros, 3.243 km son vías de alta velocidad. Es el país europeo con más kms construidos de alta velocidad, y segundo del mundo -por detrás de China-. En 2015, alcanzó la cifra de 465.2 millones de pasajeros.

La Red de Carreteras Españolas son más de 26.000 kilómetros, siendo el principal modo de transporte interior de personas (90%).

Además, España tiene 8.000 kilómetros de costa, con 47 puertos de Interés Cultural. En 2015, Barcelona recibió 2,5 millones de cruceristas, las Islas Canarias 2,1 millones, y las Islas Baleares 1,7 millones. (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2017)

Agencias de Viajes

Entre las agencias de viajes españolas más importantes encontramos Halcón Viajes, Viajes Corte Inglés, Viajes Eroski, Viajes Carrefour y Nautalia.

En estos últimos años hemos visto como las agencias de viajes online se han ganado por méritos propios, un puesto igual de importante que las agencias offline, entre ellas encontramos ejemplos como el de “booking” y “expedia”, pero todavía no existe ningún sistema de reservas online español.

Según Amadeus, en 2017 el 40% de los hogares españoles utilizó el servicio de las agencias de viajes, indistintamente si fueron agencias tradicionales u online.

El 41,3 de los españoles prefiere las agencias de calle, las tradicionales, un 22,7% las online y un 36% ambas, lo que “pone de manifiesto la convivencia entre los dos tipos de agencia en más de un tercio de la población” (Amadeus, 2017).

Los últimos datos del número de agencias en España son del 2009, con 5.500 agencias y 14.500 establecimientos, de los cuáles 3.155 tenían GDS (Amadeus).

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Esta investigación ha intentado analizar desde una perspectiva amplia y en profundidad la evolución del turismo en España, pretendiendo alcanzar varios objetivos:

El primero, recopilar el marco teórico en un único texto, para poder entender el papel fundamental que ha tenido el turismo en el desarrollo cultural de nuestro país.

Además, el proyecto ha incidido en la vinculación que existe entre la actividad turística y la económica, como tándem fundamental de desarrollo y motor económico para España, en el pasado, presente y futuro.

También, el estudio desde una perspectiva teórica-estadística, ha combinado, por un lado, el análisis de la evolución histórica del turismo en España, -desde 1847, hasta la actualidad-, y los objetivos de la política turística, mediante la enumeración de sus etapas y Planes de Turismo, y por otro, los datos estadísticos del Instituto Nacional de Turismo para poder explicar y definir la oferta y demanda turística -con números y porcentajes-, y las principales tendencias que han influido, influyen e influirán en el funcionamiento de nuestro sector turístico.

Por lo tanto, una vez finalizado el objeto de nuestra investigación podemos llegar a varias conclusiones:

Sabemos ya que el turismo ha sido y es un pilar básico, como vehículo de desarrollo cultural y económico, para España.

Las razones que han fomentado y desarrollado la consolidación del turismo en nuestro país, están vinculadas a los cambios sociales y tecnológicos que se han producido en la sociedad, que modificaron el paradigma de un turismo minoritario a un turismo de masas, caracterizado por disponer de más tiempo libre, ganas de aprender, y conocer nuevas culturas, costumbres y formas de vida. Sin olvidar las mejoras en las infraestructuras y medios de transporte, que han ayudado y consolidado la reducción de costes en los desplazamientos, incrementando en gran medida su número.

El turismo ha ido cambiando en España, en consonancia con sus necesidades y características. Estos cambios provocados por la evolución de los hábitos del viajero y por la importancia que iba adquiriendo el sector, hicieron necesaria la tutela e intervención por parte del Estado, mediante políticas encaminadas a su desarrollo y mejora. Conviene destacar, el papel desempeñado por el Patronato Nacional de Turismo, creado en 1928, organismo encargado de proteger, vigilar y sancionar las diferentes actividades del sector, y poniendo en marcha acciones tan novedosas como: el seguro obligatorio para personas que viajan en ferrocarril, el primer libro de reclamaciones, una guía de relación “calidad–precio”, con el objeto de defender y difundir los derechos de los consumidores, una guía de la red de paradores y albergues de carretera, etc.

Pero sin duda, el paso más importante que consolidó de manera definitiva el sector, tiene relación directa con la inclusión del turismo en 1953, dentro de las denominaciones ministeriales, pasando más tarde a ser considerado como una industria, la industria turística, que tantos beneficios ha reportado y reporta a España.

Respecto a la relación Estado–Turismo, quisiera incidir, que tras este estudio, ha quedado demostrado, que España no se habría posicionado donde hoy se encuentra, sin el papel estatal, como motor de dinamización turística en el exterior, mediante la planificación estratégica de objetivos y líneas de actuación perfectamente reseñadas en los distintos Planes de Turismo elaborados, que van acompañados de ayudas económicas para mejoras en las infraestructuras e instalaciones.

También, es importante destacar la tendencia futura del turismo en España, que según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), mantiene unas perspectivas de crecimiento muy positivas para los próximos años, superando los 75,5 millones de turistas, con unas ganancias de 77 millones de euros, en 2016. Practicar turismo va a seguir siendo una de las actividades más demandadas por la población mundial.

España ha sabido aprovechar sus potencialidades y consolidar sus fortalezas. Consciente de sus limitaciones como destino de “sol y playa”, ha decidido optar por

la diversificación del sector y de la oferta turística, gracias a la variedad de sus recursos naturales y culturales que sirven para complementar el turismo de “sol y playa”.

Al mismo tiempo se ha buscado la diversificación de los clientes, desarrollando estrategias para la captación de segmentos de consumidores de alta rentabilidad y nivel adquisitivo, que generan un gasto medio potencialmente más alto. Este objetivo marca la búsqueda de nuevos mercados europeos de proximidad y mercados lejanos, sobre todo entre la población asiática y estadounidense.

Además, conviene tener presente que el posicionamiento de España, como tercer país con mayor número de turistas, después de Francia y Estados Unidos, se debe en gran medida a sus numerosos atractivos turísticos y a la internacionalización de la “marca, España”, pero también a coyunturas políticas de inestabilidad geopolítica del Norte de África y del Mediterráneo Oriental, en que viven inmersos países como Turquía y Egipto, y, por motivos terroristas, Francia y Reino Unido. Destinos que no lo tendrán nada fácil para recuperar su demanda turística, en contextos inciertos.

En los últimos años, se ha intentado llevar a cabo acciones para incentivar la desestacionalización de los meses de verano, y la descentralización de algunos lugares como Barcelona, Madrid, Islas Baleares o Valencia, dirigiendo los desplazamientos hacia zonas del interior o del norte de España. Estas campañas han dado resultado, ya que el País Vasco, Galicia o Castilla y León han visto incrementado el número de visitantes. Uno de los objetivos prioritarios de la Comunidad de Castilla y León es el de transformar los excursionistas en turistas, que pernocten.

En relación a la oferta turística, la competitividad turística de nuestro país, lidera, por dos años consecutivos, el ranking mundial de Competitividad Turística elaborado por el Foro Económico Mundial.

En definitiva, España debe seguir haciendo frente a las dificultades que tiene, como la estacionalidad y centralismo territorial, debe seguir innovando y diversificando la oferta, y sobre todo debe aprovechar las oportunidades para captar y fidelizar a los turistas.

España afronta los nuevos retos del turismo, de cara al horizonte 2020. Son muchos, entre ellos destacamos: mejorar la competitividad, aumentar el uso de tecnologías de la información, segmentación de la oferta turística, diversificación de los productos y especialización en relación con los nuevos patrones de consumo, nuevos enfoques encaminados a la valorización del patrimonio cultural y natural, delegar en la iniciativa privada, aumentar el número de ayudas para las pequeñas y medianas empresas del sector, caracterizadas por un empleo precario, y es éste uno de los principales problemas que hay que solucionar, tanto desde un punto de vista público como privado..

La formación y especialización del capital humano se convierte en un factor estratégico de competitividad. Es necesario que el sector del turismo disponga de unos recursos humanos cualificados y solventes que permitan conseguir ventajas competitivas en un mercado turístico global.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALEA, A. y RAMOS, P. (2015). *Cultura en España. B1-B2*. Madrid.
- CAMARERO RIOJA, C. (2009). “Nuevas tendencias de consumo turístico, tipología de los turistas españoles”. *Estudios Turísticos* nº179, 67-94.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid, Alianza.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2007). “Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las ciudades patrimonio de la humanidad de España”. En *Cuadernos de Turismo*, nº 20, 79-102.
- GRANDE IBARRA, J. (2001). “Análisis de la oferta de turismo cultural de España”. En *Estudios Turísticos* nº 150, 15-40.
- LIBRO BLANCO DEL TURISMO ESPAÑOL*. (1990). Madrid: Dirección General de Política Turística.
- MADAGÁN DÍAZ, M. y RIVAS GARCÍA, J. (2012). *Estructura, Economía y Política Turística*. Septem: Ediciones, Oviedo.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2003). *El turismo explicado con claridad*. Buenos Aires.
- PRADOS DE LA ESCOSURA, L. (2003). *El progreso económico de España (1850-2000)*. Bilbao.
- VELASCO GONZÁLEZ, M. (2005). “¿Existe una política turística? La acción pública en materia de turismo”. En *España. Política y Sociedad*, Vol. 42, Nº 1, 169-195.
- WAA (1999). *50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural*. Madrid, Fundación Ramón Areces.

REFERENCIAS ELECTRONICAS

Aena.es. (2017). Estadísticas - Aeropuertos Españoles - aena.es. [online].

Recuperado de: <http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home>

Último acceso: 29/05/2017.

Amadeus (2017).

Recuperado en

[:http://www.amadeus.com/web/binaries/1333086479747/blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-](http://www.amadeus.com/web/binaries/1333086479747/blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-)

[Disposition&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DPrimerInformeEstrategicoAAVV_AmadeusACAV.pdf](http://www.amadeus.com/web/binaries/1333086479747/blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DPrimerInformeEstrategicoAAVV_AmadeusACAV.pdf) en f

Último acceso: 29/05/2017.

Brandis. D y del Río, I (2017). Turismo y paisaje durante la guerra civil española, 1936-1939.

Recuperado en: [Available at: http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-530.pdf](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-530.pdf)

Último acceso: 18/06/2017]

Cehat.com. (2017). España tiene la mejor planta hotelera de Europa.

Recuperado en: <http://www.cehat.com/frontend/cehat/Espana-Tiene-La-Mejor-Planta-Hotelera-De-Europa-vn2959-vst232>

Último acceso: 29/05/2017.

Deloitte Spain. (2016). Tendencias y evolución del turismo en España.

Recuperado en: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/consumer-business/articles/tendencias-y-evolucion-del-turismo.html>

Último acceso: 17/12/2016.

Díaz, J. (2016). Del turismo de los años 30 y 40 y 50 en España. Juanjfdiaz.blogspot.com.es.

Recuperado en: <http://juanjfdiaz.blogspot.com.es/2014/06/del-turismo-de-los-anos-30-40-y-50-en.html>

Último acceso: 7 /12/2016.

Doblemente. (2017). Las razones del crecimiento turístico en España.

Recuperado en: <http://www.doblemente.com/las-razones-del-crecimiento-turistico-en-espana/>

Último acceso: 31/01/2017

EAE Business School. (2015). El sector hotelero en España 2015. [online]

Recuperado en: https://marcsanso.files.wordpress.com/2015/06/ostelea_sector_hotelero_en_espanya_2015.pdf

Último acceso: 18/06/2017

El Confidencial Digital. (2015). El turismo nacional vuelve a los hábitos anteriores a la crisis.

Recuperado en: http://www.elconfidencialdigital.com/dinero/turismo-nacional-habitos-antiores-crisis_0_2503549623.html

Último acceso: 15/06/2017

Elmundo.es. (2017). La aventura de la historia. [online]

Recuperado en: <http://www.elmundo.es/ladh/numero129/dossier.html>

Último acceso: 18/06/2017

Es.slideshare.net. (2017). El turismo en España. [online]

Recuperado en: <http://es.slideshare.net/geopress/el-turismo-en-espaa-7965022>

Último acceso: 18/06/2017

Estudiantes.elpais.com. (2007). España antes y después de la crisis. [online]

Recuperado en: <http://estudiantes.elpais.com/EPE2013/periodico-digital/ver/equipo/1606/articulo/espana-antes-y-despues-de-la-crisis>

Último acceso: 15/06/2017

Exceltur.org. (2017). Exceltur | Políticas de Transporte y Turismo. [online]

Recuperado en: <https://www.exceltur.org/transporte-y-turismo/>

Último acceso: 29/05/2017

- Expansion.com. (2007). Crisis en el turismo - Expansión.com. [online]
Recuperado en: <http://www.expansion.com/especiales/turismo/porques.html>
Último acceso: 15/06/2017
- Ferrer Morini, T. (2016). España se suma a la revolución hotelera. [online] EL PAÍS.
Recuperado en: http://economia.elpais.com/economia/2016/09/09/actualidad/1473415258_072566.html
Último acceso: 18/06/2017
- Hosteltur: Toda la información de turismo. (2017). Promoción turística de España: su historia a través de carteles y eslóganes | Economía. [online]
Recuperado en: http://www.hosteltur.com/119140_promocion-turistica-espana-su-historia-traves-carteles-esloganes.html
Último acceso: 14/06/2017
- Lamoncloa.gob.es. (2017). La Moncloa. Infraestructuras y Transportes [online]
Recuperado en: <http://www.lamoncloa.gob.es/espana/eh15/infraestructuras/Paginas/index.aspx>
Último acceso: 29/05/2017
- Marcaespana.es. (2017). Marca España | Una gestión integral del transporte. [online]
Recuperado en: <http://marcaespana.es/talento-e-innovaci%C3%B3n/sectores-punteros/infraestructura-y-medio-ambiente/una-gestion-integral-de-transporte>
Último acceso: 29/05/2017
- Martínez Abascal, E. (2014). Turismo en España: recuperación y récord en 2013. [online]
Recuperado en: <http://blog.iese.edu/martinezabascal/2014/02/06/datos-de-turismo-en-espana-como-ha-afectado-la-crisis/>
Último acceso: 15/06/2017
- Olona, J. (2017). El Informe del Banco Mundial. [online]
Recuperado en: <http://www.joaquinolona.com/?p=454>
Último acceso: 06/02/2017

Sabemos Digital. (2017). El turismo nacional ha vuelto: los españoles viajan más y gastan más - Sabemos Digital. [online]

Recuperado en: http://sabemos.es/2016/03/31/el-turismo-nacional-ha-vuelto-los-espanoles-viajan-mas-y-gastan-mas_13015/

Último acceso: 31/03/2017

Soriano Vilar, M. (2010). Impactos de la crisis económica en España sobre el sector hotelero. [online]

Recuperado en: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/9162/TFC%20Marta%20Soriano%202012-01-2010_2_.pdf

Último acceso: 15/06/2017

Territorioymarketing.com. (2017). España tiene la oferta turística más completa del mundo | Territorio & Marketing. [online]

Recuperado en: <http://www.territorioymarketing.com/espana-tiene-la-oferta-turistica-mas-completa-del-mundo-2>

Último acceso: 21/05/2017

Tourspain.es. (2017). Histórico de la política turística en España. [online]

Recuperado en: <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/HistoricoPTE.aspx>

Último acceso: 31/01/2017

Turistario. (2017). España en tres palabras: De 'Spain is different' a 'I need Spain'. [online]

Recuperado en: <http://blogs.elpais.com/turistario/2011/06/del-spain-is-different-al-i-need-spain-esp%C3%B1a-para-guiris-en-tres-palabras.html>

Último acceso: 21/05/2017

Zoreda, J. and Perelli, Ó. (2014). Los 20 años que han revolucionado el sector turístico español | Economía. [online]

Recuperado en: https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html

Último acceso: 15/06/2017