

# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

### **“ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO EN ESPAÑA EN 2017”**

**CRESPO GORDALIZA, MIGUEL**

**FACULTAD DE COMERCIO  
VALLADOLID, JULIO DE 2019**





**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**GRADO EN COMERCIO**

**2018-2019**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**“ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO EN ESPAÑA EN  
2017.”**

**Trabajo presentado por: Miguel Crespo Gordaliza**

Firma:

**Tutora: María Inés Sanz Díez**

Firma:

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, julio de 2019



## ÍNDICE

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ORIGEN E HISTORIA DEL TURISMO.....	2
3. EL TURISMO. CONCEPTOS BÁSICOS.....	4
4. EL TURISMO EN ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA.....	6
4.1. Turismo receptor.....	6
4.1.1. Características del turismo receptor.....	7
4.1.2. Gasto del turismo receptor.....	16
4.2 Turismo interno.....	25
4.2.1. Características del turismo interno.....	26
4.2.2. Gasto del turismo interno.....	32
5. EL TURISMO EN ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OFERTA.....	33
5.1. Recursos turísticos.....	34
5.1.1. Recursos turísticos naturales.....	34
5.1.2. Recursos turísticos culturales.....	38
5.2. Infraestructuras turísticas.....	41
5.3. Empresas turísticas.....	45
6. IMPACTO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA DE ESPAÑA.....	49
6.1. Balanza de Pagos.....	49
6.2. Aportación al PIB.....	50
6.3. Crecimiento económico.....	51
6.4. Contribución al empleo.....	51
7. TURISMO Y SOSTENIBILIDAD.....	53
7.1. Consecuencias sociales.....	53
7.2. Consecuencias medioambientales.....	54
8. CONCLUSIONES.....	56
Bibliografía.....	58

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

<b>Tablas</b>	<b>Página</b>
Tabla 1: Turistas internacionales en 2017 por C. Autónoma de destino principal. ....	10
Tabla 2: Turistas internacionales en 2017, según tipo de alojamiento. ....	12
Tabla 3: Entrada de turistas extranjeros en 2017, según vía de acceso. ....	12
Tabla 4: Turistas internacionales en 2017, según motivo principal del viaje. ....	13
Tabla 5: Turistas internacionales en 2017, según la organización del viaje. ....	15
Tabla 6: Turistas internacionales en 2017, según la duración del viaje. ....	16
Tabla 7: Gasto de los turistas internacionales en 2017, según vía de acceso. ....	18
Tabla 8: Gasto global de los turistas internac. en 2017, por C. Autónoma de destino. ....	21
Tabla 9: Gasto de los turistas internacionales en 2017, según el tipo de alojamiento. ....	23
Tabla 10: Gasto de los turistas internacionales en 2017, según el motivo del viaje. ....	24
Tabla 11: Gasto de los turistas internac. en 2017, según la organización del viaje. ....	25
Tabla 12: Viajes efectuados por residentes en 2017, según el alojamiento principal. ....	27
Tabla 13: Viajes efectuados por residentes en 2017, según la C. Autónoma de destino. ....	28
Tabla 14: Viajes efectuados por residentes en 2017, según la C. Autónoma de origen. ....	29
Tabla 15: Oferta de alojamientos turísticos en 2017. Medias anuales provisionales. ....	46
Tabla 16: Afiliados en alta laboral en 2017, en las activid. características del turismo. ....	52

<b>Gráficos</b>	<b>Página</b>
Gráfico 1: Turistas internacionales en las principales potencias turísticas (en millones). 2007-2017 .....	7
Gráfico 2: Porcentaje de turistas extranjeros en 2017, según país de residencia.....	8
Gráfico 3: Distribución mensual del turismo receptor a lo largo del año 2017 .....	13
Gráfico 4: Distribución del turismo receptor en 2017, por meses y por C. Autónoma. ....	14
Gráfico 5: Gasto total del turismo receptor en España .....	17
Gráfico 6: Porcentaje del gasto global del turismo receptor en 2017, por país de residencia. ....	18
Gráfico 7: Gasto medio de los turistas internac. en 2017, según país de residencia. ....	19
Gráfico 8: Gasto medio de los turistas internacionales en 2017, según la C. Autónoma de destino. ....	22
Gráfico 9: Viajes efectuados en España por residentes en la última década. ....	26
Gráfico 10: Distribución del turismo interno en 2017, por meses.....	31
Gráfico 11: Países más competitivos en el sector turístico en 2017.....	34
Gráfico 12: Visitantes a los Parques Nacionales 2007-2017 .....	36
Gráfico 13: Monumentos de España más visitados en 2017.....	39
Gráfico 14: Pasajeros de compañías aéreas en 2017 ( en millones).....	43
Gráfico 15: Evolución de agencias de viajes y operadores turísticos, 2010-2017. ....	47
Gráfico 16: Evolución de la balanza de pagos del turismo en España. 2008-2017. ....	50
Gráfico 17: Porcentaje de la contribución del turismo al PIB. 2008-2017. ....	50
Gráfico 18: Media de afiliados en alta laboral en 2017 por meses, en actividades características del turismo .....	53



## 1. INTRODUCCIÓN.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región.

Según la Organización Mundial de Turismo<sup>1</sup> (OMT), hoy en día, el volumen de este negocio es igual o incluso mayor que el de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles y representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo. Asegura que 1 de cada 11 trabajadores colaboran en los sectores relacionados con esta actividad, como es el caso de los hoteles, los restaurantes, los turoperadores o los transportes. Pero no sólo eso, hay otras industrias que de manera indirecta también se benefician, tales como la industria alimentaria, las gasolineras, etc.

El Gobierno de España, consciente de la importancia del turismo para el crecimiento económico del país y la generación de empleo, ha ido adaptando su política turística para hacer frente a los retos y necesidades que plantea este sector en continua transformación. Así, se ha ido evolucionando desde la política turística expansiva del Ministerio de Información y Turismo creado en 1951, cuyo principal objetivo consistía en alcanzar el crecimiento máximo del turismo en términos cuantitativos, a la política turística diferencial del Ministerio de Industria, Energía y Turismo<sup>2</sup>, cuyo objetivo es conseguir un turismo de calidad y sostenible, basado en el conocimiento y la innovación y cuyas líneas de acción se recogen en planes nacionales de turismo. En la actualidad el Plan de turismo Español Horizonte 2020, aprobado el 8 de noviembre de 2007, establece las estrategias que deberán conducir a un mejor posicionamiento del sistema turístico español en el año 2020 y a un mayor compromiso con el medio ambiente.

En este trabajo Fin de Grado pretendo analizar el estado actual del turismo en España y su repercusión en la economía del país. Los datos que aparecen en él son referidos al año 2017, excepto aquellos que todavía no están actualizados, en cuyo caso hago referencia a los últimos disponibles. Lo he estructurado en seis partes.

---

<sup>1</sup> Organismo especializado de las Naciones Unidas en materias de turismo.

<sup>2</sup> En 2017 paso a denominarse, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Empiezo haciendo un recorrido por la historia del turismo desde los actos que pueden considerarse precursores de esta actividad hasta llegar al concepto actual.

A continuación defino alguno de los términos relacionados con el turismo que es necesario delimitar conceptualmente para analizar los datos estadísticos en los que me baso para la realización de este trabajo.

Seguidamente analizo la demanda turística en España tanto de los no residentes como de los residentes en el país, en función de variables tales como el lugar de origen, la Comunidad Autónoma de destino, el tipo de alojamiento utilizado, la vía de acceso, el motivo principal del viaje, el medio de transporte utilizado y la duración del viaje; así como los gastos totales y medios que realizan. También los recursos naturales y culturales que constituyen la oferta turística española, junto con las infraestructuras disponibles para el desarrollo de dicha actividad y las empresas que atienden las necesidades del turista.

Prosigo informando sobre la importancia del turismo para la economía española, que se pone de manifiesto en su contribución a la balanza de pagos, al PIB, al crecimiento económico y a la generación de empleo.

Continúo comentando algunas de las consecuencias sociales y medioambientales del ejercicio de actividades turísticas.

Para finalizar presento las conclusiones, indicando los logros de España en el sector y los retos que tiene todavía pendientes.

## **2. ORIGEN E HISTORIA DEL TURISMO.**

Podríamos decir que el turismo existe desde los orígenes de la humanidad y que ha ido evolucionando con ella. En un principio el hombre fue un ser nómada, que iba desplazándose geográficamente en función de sus necesidades, de las estaciones o de intereses personales.

A lo largo de la historia se tiene constancia de viajes que podrían catalogarse de actividades turísticas, pero no fue hasta la revolución industrial y el nacimiento de la burguesía que surgió el turismo tal y como lo conocemos ahora. Según Acerenza (2006) en la evolución del turismo podemos destacar los siguientes periodos:

- Grecia Clásica (1200a.C-146a.C). Durante esta época hubo numerosas migraciones de carácter religioso, con motivo de rituales y actos de culto en los

santuarios y también de carácter deportivo, debido a la celebración de competiciones atléticas que serían el origen de los actuales Juegos Olímpicos. Los principales destinos fueron: Atenas, Delfos, Corinto y Olimpia.

- Imperio Romano (27a.C-476d.C). En los meses de verano se producían movimientos de gente hacia el campo y hacia villas vacacionales a orillas del mar. Los romanos también visitaban templos y santuarios y acudían a baños termales. Estos desplazamientos se vieron favorecidos por la disponibilidad de un sistema de comunicaciones adecuado, las calzadas romanas, algunas de las cuales aún se conservan hoy en día.
- Edad Media (476d.C-1492d.C). En este periodo los eventos más importantes fueron las peregrinaciones, entre las que destacaron las realizadas a Roma, para visitar los sepulcros de San Pedro y San Pablo, a Jerusalén, para visitar la Tierra Santa y a Santiago de Compostela, para visitar la tumba de Santiago Apóstol. También fueron importantes las Cruzadas, campañas militares realizadas por el Occidente cristiano contra los musulmanes, para recuperar Jerusalén.
- Siglo XVI. En esta época los jóvenes de la nobleza y de la clase media, sobre todo ingleses, realizan largos viajes por Europa, conocidos con el nombre de Grand Tour<sup>3</sup>, para completar sus conocimientos y ganar experiencia personal. Estos viajes tuvieron su máximo esplendor en el siglo XVII.
- Siglo XVII. En este siglo se atribuyen propiedades medicinales a las aguas termales y en torno a ellas se construyen centros turísticos que ofrecen hospedaje y organizan entretenimientos para los pacientes. Los primeros balnearios surgieron en Inglaterra, pero rápidamente se extendieron por Alemania, Bélgica y Francia.
- Siglo XVIII. Se empiezan a popularizar los viajes a zonas costeras para disfrutar de los baños de ola debido a las propiedades curativas que en esta época se les atribuye y surgen los primeros hoteles cerca de las playas. Estamos en los inicios del turismo de sol y playa.
- Siglo XIX. Los progresos que trajo consigo la revolución industrial, sobre todo las mejoras en los medios de transporte ferroviario y marítimo, aumentaron el número de turistas y el número de destinos turísticos. Creció la hostelería y la restauración

---

<sup>3</sup> Tenían una duración cercana a los tres años.

y surgieron “intermediarios” para planificar la ruta del viaje, lo que constituye el antecedente de las agencias de turismo actuales.

- Siglo XX. A principio de este siglo se produce un rápido crecimiento de la actividad turística debido a varios factores entre los que cabe destacar la creación de la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales para la Propaganda Turística, el incremento progresivo de los viajes por carretera y el surgimiento del turismo de nieve.

La Segunda Guerra Mundial (1939-1945) frenó el turismo, pero a partir de 1950 resurge con fuerza, sobre todo el turismo internacional, al que contribuyó la disponibilidad de los viajes en avión como medio de transporte turístico entre países y la introducción de las nuevas técnicas de marketing. Es en esta época cuando comienza a desarrollarse el turismo en España, teniendo un crecimiento espectacular, sobre todo el turismo de sol y playa.

### 3. EL TURISMO. CONCEPTOS BÁSICOS.

Para el desarrollo de este trabajo es importante delimitar conceptualmente algunos términos. Las definiciones son las propuestas por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2010) para permitir la comparabilidad internacional y en ellas se basa el Instituto Nacional de Estadística (INE) para realizar las Encuestas de Movimientos Turísticos en Fronteras<sup>4</sup> (Frontur), las Encuestas de Gasto Turístico<sup>5</sup> (Egatur), y las Encuestas de Turismo de Residentes<sup>6</sup>, cuyos datos utilizo para realizar este trabajo. Otras fuentes utilizadas son Exceltur<sup>7</sup>, Turespaña<sup>8</sup> y Hosteltur<sup>9</sup>, entre otras. Los términos son:

---

<sup>4</sup> Operación estadística que recoge datos relativos a la entrada en España de visitantes no residentes.

<sup>5</sup> Operación estadística que recoge datos relativos al gasto que realizan en España los visitantes no residentes.

<sup>6</sup> Encuesta que da continuidad, desde febrero de 2015, a la Estadística de Movimientos Turísticos de los españoles (Familitur)

<sup>7</sup> Alianza para la Excelencia Turística: Asociación formada por 23 de las principales empresas turísticas españolas.

<sup>8</sup> Organismo Nacional de Turismo responsable del marketing de España en el mundo y de crear valor para su sector turístico.

<sup>9</sup> Grupo de Comunicación especializado en Información Turística Profesional.

- a) *Destino del viaje*: "es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Sin embargo, si el visitante no puede identificar dicho lugar, el destino principal se define como el lugar en el que pasa la mayor parte de su tiempo durante el viaje" ( p.13)
- b) *Gasto turístico* : "el gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos" (p.35)
- c) *Motivo principal*: "se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar" (p.26)
- d) *Origen del viaje*: " es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente" (p.12)
- e) *Turismo*: "es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual normalmente por motivos de ocio" ( p.1).
- f) *Turismo emisor*: " es el que abarca las actividades realizadas por un turista residente fuera del país de referencia" (p.16)
- g) *Turismo interior*: "engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia" (p.15)
- h) *Turismo internacional*: "incluye el turismo emisor y el turismo receptor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia. (p.16)
- i) *Turismo interno*: "es el que incluye las actividades realizadas por un turista residente en el país de referencia" (p.15)
- j) *Turismo nacional*: "abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia" (p.16)

*k) Turismo receptor:* “ es el que engloba las actividades realizadas por un turista no residente en el país de referencia” (p.15).

*l) Turista:* “un visitante se clasifica como turista si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante de día (o excursionista) en caso contrario<sup>10</sup>” (p.10)

*m) Viaje turístico:* "un viaje turístico es todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto se refiere a un viaje de ida y vuelta " (p.9)

*n) Visitante:* “es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado” (p.10)

## 4. EL TURISMO EN ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA.

Desde la perspectiva de la demanda, el turismo se entiende como el conjunto de “actividades realizadas por los visitantes y sus efectos en la adquisición de bienes y servicios” (OMT, 2010, p.2)

### 4.1. Turismo receptor.

En este apartado analizo los datos relativos a los turistas internacionales que visitan España, basándome fundamentalmente en la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

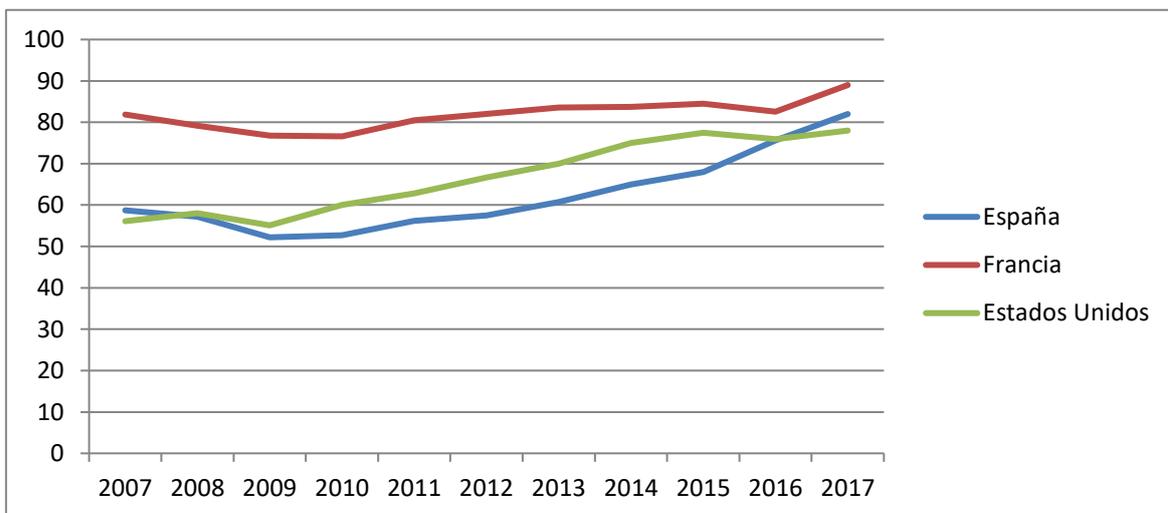
Cada vez son más los turistas internacionales que eligen España como destino turístico, llegando en el año 2017 a la cifra de 81,8 millones, lo que supone un incremento del 8,6% con respecto al año anterior. Estos datos convierten a España en la segunda potencia turística a nivel mundial, por delante de Estados Unidos y sólo superada en número de visitantes por Francia.

---

<sup>10</sup> Los datos que aparecen en el trabajo están referidos solamente a los turistas, a no ser que se especifique lo contrario.

En el gráfico 1 se puede observar como la crisis económica mundial que empezó en 2008 afectó a las principales potencias turísticas, provocando una disminución del número de turistas que se acentuó todavía más en el año 2009 y como, desde ese año, en España se ha ido incrementando el número de turistas internacionales a lo largo de 8 años consecutivos.

**Gráfico 1: Turistas internacionales en las principales potencias turísticas (en millones). 2007-2017**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE, de National Travel and Tourism Office (NTTO) y de Direction Générale des Entreprises (DGE).

Entre los factores determinantes de la demanda turística extranjera podemos destacar la existencia de unas condiciones climáticas favorables para el desarrollo de una actividad turística de sol y playa y gran variedad de recursos naturales y culturales distribuidos a lo largo de todo el territorio. También han influido las condiciones geopolíticas del Mediterráneo, al no ofrecer los principales países competidores garantías de seguridad para los turistas.

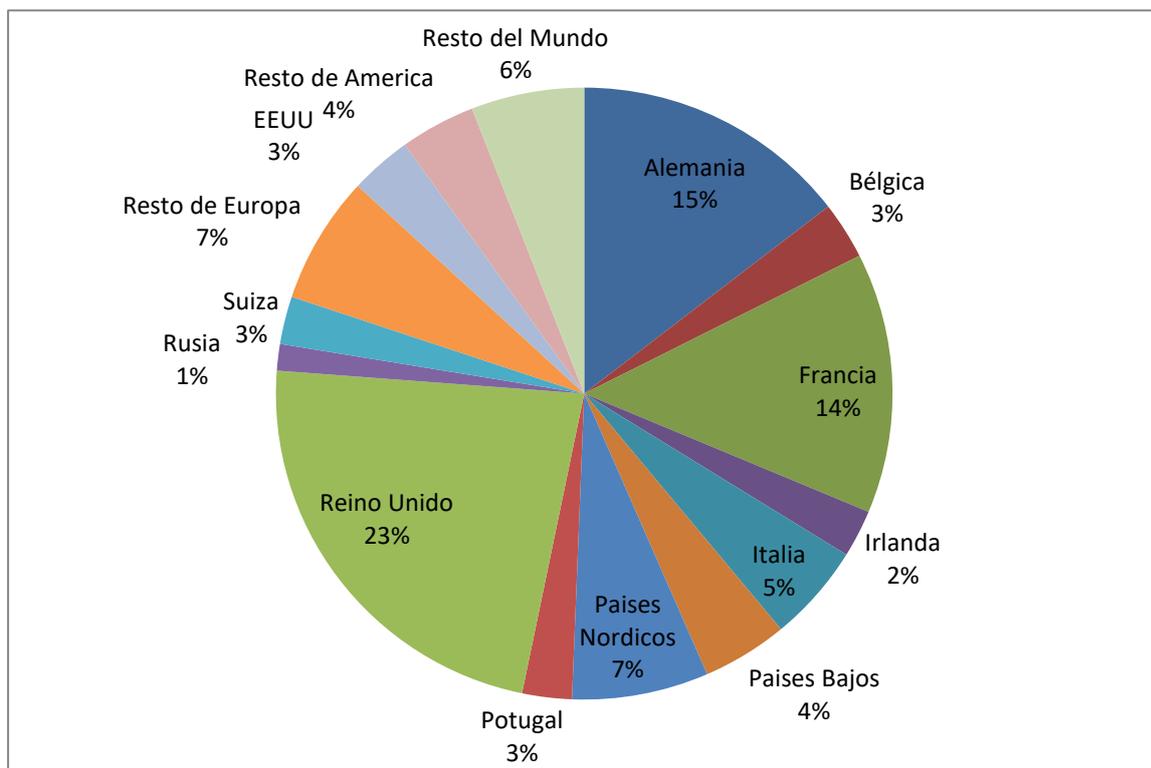
#### 4.1.1. Características del turismo receptor.

El turismo receptor puede considerarse desde distintas perspectivas que a continuación paso a analizar.

##### a) Según el país de origen.

En la actualidad, aproximadamente el 90% de los turistas internacionales que visitan España proceden de la Unión Europea, según datos publicados por el INE y que podemos ver reflejados en el gráfico 2. Destaca notablemente la llegada de turistas procedentes de Reino Unido, país del cual en 2017 hemos recibido 19 millones, a pesar del Brexit, de Alemania, cuya cifra de visitantes ha sido 11,7 millones y de Francia con 11,2 millones.

**Gráfico 2: Porcentaje de turistas extranjeros en 2017, según país de residencia.**



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del INE (Frontur).

La evolución del turismo procedente de estos países sigue siendo positiva como en años anteriores, pero el mayor aumento en el número de turistas se ha producido en mercados alejados de nuestro territorio nacional, tales como Corea del Sur, que ha incrementado en un 40% el número de turistas que nos visitan, China en un 37%, India en un 33% y Estados Unidos en un 32%. También ha sido notable el incremento de turistas procedentes de América, Suiza, de los Países Nórdicos, de Rusia y de Irlanda, todos ellos se incrementaron en un porcentaje superior al 10%. (Frontur, 2018)

La apertura de nuevos mercados en países alejados de nuestro territorio nacional se ha visto favorecida por el incremento de la conectividad aérea con estos países, propiciada por el bajo nivel del precio del petróleo, lo que ha facilitado a las compañías aéreas el operar con nuevos vuelos. (Exceltur, 2018)

***b) Según la Comunidad Autónoma de destino:***

Al analizar los datos referidos a cuál es el destino de los turistas internacionales dentro de nuestro país destaca, sobre todas las demás, la Comunidad Autónoma de Cataluña, que durante 2017 ha recibido un total de más de 19 millones de turistas y eso a pesar del impacto desfavorable que tuvo durante el último trimestre del año la inestabilidad política y social en esa zona, que se ha traducido en una disminución de la llegada de turistas procedentes en su mayoría de la Unión Europea.

Otras CCAA con gran afluencia de turistas extranjeros durante el año 2017 han sido las Islas Baleares, las Islas Canarias y Andalucía, todas ellas con más de 10 millones de turistas, atraídos principalmente por sus costas y por el clima propicio para el turismo de sol y playa.

Como se aprecia en la tabla 1 la distribución de turismo receptor en las distintas CCAA es muy desigual, el 90% del total de turistas se concentran en solo 6 autonomías: Canarias, Andalucía y Comunidad Valenciana, que son los destinos preferidos por los británicos, Islas Baleares, donde más de la mitad de los visitantes son alemanes, Cataluña, elegido mayoritariamente por los franceses y la Comunidad de Madrid por los norteamericanos.

**Tabla 1: Turistas internacionales en 2017 por C. Autónoma de destino principal.**

Comunidad Autónoma de destino principal	Nº Turistas	Tasa de variación anual (%)
Andalucía	11.530.070	8.88
Aragón	559.568	-13.18
Principado de Asturias	293.625	5.62
Islas Baleares	13.790.968	6.10
Canarias	14.213.686	7.20
Cantabria	414.326	9.48
Castilla y León	1.453.498	18.62
Castilla La Mancha	226.754	1.84
Cataluña	19.0460720	5.00
Comunidad Valenciana	8.918.327	15.35
Extremadura	381.223	45.81
Galicia	1.290.322	24.65
Comunidad de Madrid	6.694.686	15.76
Región de Murcia	994.619	7.61
Comunidad Foral de Navarra	332.664	10.66
País Vasco	1.512.555	9.44
La Rioja	124.312	-17.55
Ceuta y Melilla	8.398	-22.6

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur).

Sin embargo, el mayor crecimiento turístico se ha producido en otras regiones del interior y del norte que ofertan un turismo diferente, basado en su patrimonio cultural, en la naturaleza, la enología, la gastronomía y otro tipo de encantos. Estas Comunidades Autónomas han sido: Extremadura, donde el número de turistas ha aumentado un 45% en relación a 2016, Galicia, con un aumento del 25% y Castilla y León, con un aumento cercano al 20%. Estos destinos son elegidos por los turistas, además de por lo que ofertan, porque los precios son más atractivos y no existe tanta masificación como en los destinos tradicionales durante la temporada alta, (Exceltur, 2018)

Es muy destacable el crecimiento turístico que ha experimentado Extremadura, una Comunidad Autónoma que no posee ni aeropuerto, ni puerto marítimo y dispone de una de las peores redes ferroviarias de España. A este crecimiento ha contribuido en gran medida la Ruta Vía de la Plata, presentada por la Junta de Extremadura como seña de identidad. Es una ruta de historia, cultura y gastronomía que la atraviesa de norte a sur y que es parte de la antigua vía romana del mismo nombre. Los turistas que recibe provienen mayoritariamente de Portugal y Francia, aunque también destacan los turistas alemanes y británicos que buscan disfrutar de unas vacaciones de descanso, (Exceltur, 2018)

***c) Según el tipo de alojamiento:***

El tipo de alojamiento elegido por los turistas extranjeros para pernoctar en nuestro país es mayoritariamente el hotel o similares: hostales, pensiones (un 62.7% del total), seguido por la vivienda de familiares o amigos (el 12.6%).

Sin embargo, como puede apreciarse en la tabla 2, el tipo de alojamiento que ha presentado un mayor incremento anual ha sido la vivienda de alquiler, que ha sido elegida por el 11.9% de los turistas, suponiendo un incremento superior al 20% con respecto a 2016. Este incremento se ha producido sobre todo en los destinos turísticos de mayor éxito, en los que la ocupación hotelera estaba en niveles próximos a la plena ocupación, favorecido por el surgimiento y cada vez mayor uso de plataformas de software, como Airbnb, dedicadas a ofrecer alojamiento a particulares poniéndolos en contacto de una forma sencilla con los propietarios, en algunos casos de manera ilegal (Urbantur, 2017)

El crecimiento descontrolado de este tipo de viviendas ha originado en algunas ciudades como Barcelona, San Sebastián o Palma de Mallorca, problemas de contestación social a la actividad turística. En esas ciudades los turistas alojados en viviendas supera el 50% del total, hecho que tiene repercusiones negativas en los residentes habituales, los cuales, debido a la ocupación turística masiva, tienen dificultades para encontrar vivienda y los precios son muy elevados. (Exceltur, 2018).

**Tabla 2: Turistas internacionales en 2017, según tipo de alojamiento.**

Tipo Alojamiento	Nº Turistas Internacionales	Variación Anual
Alojamiento hotelero	51.298.634	6.5
Vivienda de alquiler	9.712.547	20.2
Resto alojamiento de mercado	3.999.963	17.1
Vivienda en propiedad	4.932.106	1.1
Vivienda de familiares o amigos	10.319.355	11.4
Resto alojamiento no de mercado	1.523.760	1.1

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur).

**d) Según la vía de acceso.**

La llegada de turistas internacionales tiene como principal vía de acceso el aeropuerto, a través del cual accedieron en el año 2017 a nuestro país el 81,5% del total. Un 15,75% eligieron desplazarse por carretera, un 2,31% lo hicieron por vía portuaria y solo el 0,46% utilizaron el tren como medio de transporte (Exceltur, 2018)

El número de turistas que utilizaron el aeropuerto como vía de acceso tuvo una tasa de variación anual del 10,4 %, este incremento se debe fundamentalmente a las mejoras en la conectividad aérea, especialmente con los mercados de larga distancia y a la existencia de compañías de bajo coste (low cost) para los mercados más cercanos (Exceltur, 2018)

A excepción del acceso por carretera, que ha sufrido una variación anual negativa (-0,7%), la utilización de las otras vías de acceso también se ha visto incrementada, tal como se puede observar en la Tabla 3.

**Tabla 3: Entrada de turistas extranjeros en 2017, según vía de acceso..**

Vía de acceso	Nº Turistas Intenacionales	Variación anual
Aeropuerto	66.645.609	10.4
Carretera	12.877.598	-0.7
Tren	373.571	3.0
Puerto	1.889.587	15.5

Fuente: Elaboración propia con datos del INE(Frontur)

**e) Según el motivo principal del viaje turístico.**

Al analizar los motivos por los cuales los turistas internacionales visitan nuestro país se observa que lo que genera la mayoría de estos viajes en 2017 es el ocio, recreo y vacaciones con 71 millones de visitantes (el 86,9%), lo que supone un incremento del 10,5% en relación al año anterior (ver tabla 4).

**Tabla 4: Turistas internacionales en 2017, según motivo principal del viaje.**

Motivo principal del viaje	Nº de turistas	Variación anual
Ocio, recreo y vacaciones	71.035.704	10.5
Negocios, motivos profesionales	4.707.514	0.6
Otros motivos	6.043.146	-4.4

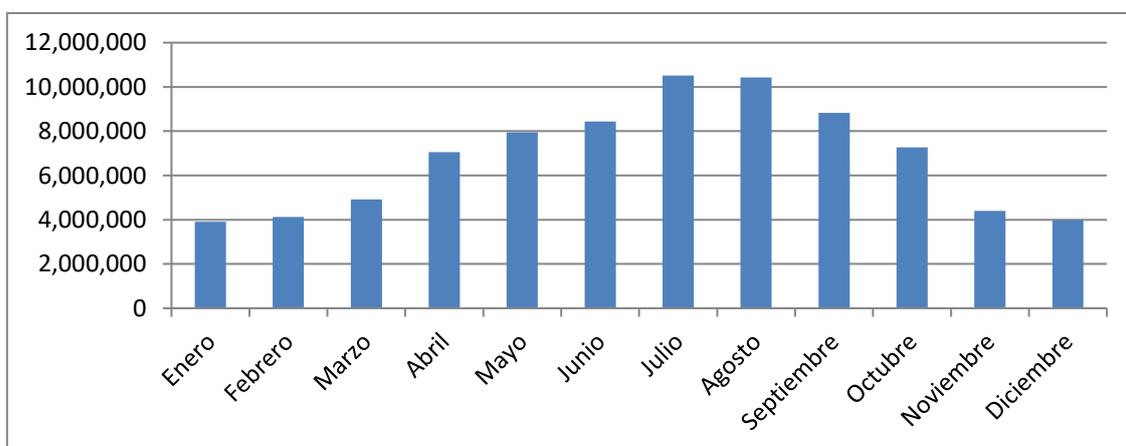
Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur)

Los que viajaron por negocios y motivos profesionales fueron 4,7 millones (el 5,8%) y solo se incrementaron en un 0,6%.

#### **f) Según la estacionalidad.**

Es importante destacar que el turismo internacional presenta una alta estacionalidad. La oferta de sol y playa es la más demandada por los turistas internacionales y el periodo elegido para las vacaciones suele coincidir con los meses de verano, mientras que en invierno la afluencia de turistas es menor, como se aprecia en el gráfico 3.

**Gráfico 3: Distribución mensual del turismo receptor a lo largo del año 2017**

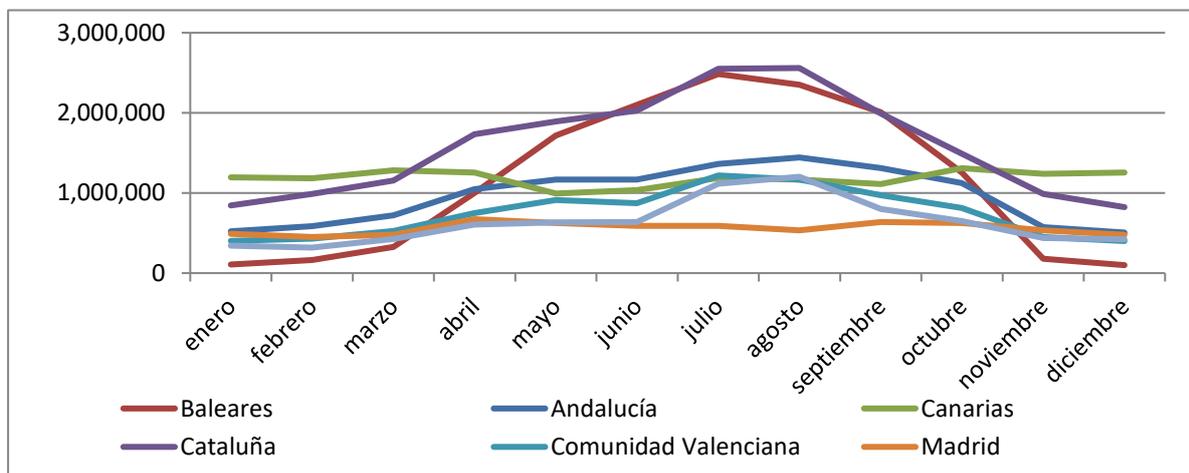


Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur)

Al analizar la distribución mensual del turismo en las CCAA con más afluencia de turistas se observan diferencias significativas en el grado de estacionalidad, como muestra el gráfico 4. Así, mientras que en Cataluña y Baleares es muy elevada, en las Islas Canarias y en la Comunidad de Madrid el turismo receptor está más uniformemente distribuido a lo largo del año.

La baja estacionalidad en las Islas Canarias se debe a que su mayor atractivo es su clima primaveral que posibilita tomar el sol y bañarse en sus playas a lo largo de todo el año, ya que la oscilación térmica entre las distintas estaciones es de solo 6°C, con una temperatura media entre 18 y 24 grados centígrados.

**Gráfico 4: Distribución del turismo receptor en 2017, por meses y por C. Autónoma.**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur)

La Comunidad de Madrid recibe turistas distribuidos más uniformemente a lo largo del año debido a la diversificación de su oferta turística. La Estrategia de Turismo presentada en septiembre de 2016 por esta comunidad autónoma destaca como atractivos turísticos de la región su gran riqueza patrimonial y artística, sus espacios naturales en los que practicar turismo activo, su variada oferta gastronómica, sus infraestructuras perfectamente adecuadas para efectuar un turismo de negocios, su gran oferta de ocio, tanto cultural como nocturno o familiar, los eventos deportivos que acontecen a lo largo del año y su gran oferta de turismo de compras.

#### **g) Según la organización del viaje.**

La mayoría de los turistas extranjeros realizó el viaje a España de forma particular siguiendo la tendencia de los últimos años. Viajaron así 57,8 millones de turistas, como muestra la tabla 5, lo que supone una variación anual positiva del 10,5 %. Los que prefirieron viajar mediante la contratación de paquete turístico fueron 24 millones, un 4,3% más que en el año 2016.

**Tabla 5: Turistas internacionales en 2017, según la organización del viaje.**

Organización del viaje	Nº de turistas internacionales	Tasa de variación anual
Sin paquete turístico	57.776.487	10,47
Con paquete turístico	24.009.877	4,33

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur)

Este comportamiento se debe a que cada vez se hace un mayor uso de internet a la hora de organizar un viaje. Sin movernos de casa podemos encontrar ofertas de vuelos y alojamientos, información sobre los lugares que queremos visitar y opiniones sobre cuestiones prácticas que aportan personas que ya han visitado esos lugares. Las ventajas fundamentales de este modo de viajar son: el ahorro, al eliminar a los intermediarios y la autonomía que da el hecho de tener más información sobre el destino.

#### ***h) Según la duración del viaje.***

La tendencia del turismo receptor en 2017 ha consistido en realizar más viajes y disminuir el tiempo de permanencia, según Exceltur (2018). La duración media de los viajes experimentó este año una nueva caída, siendo 7,73 días la estancia media de los extranjeros en España, lo que supone un descenso del 1,87% en relación al año anterior. Sin embargo, se ha producido un aumento del 7,9% en las estancias de mayor duración (más de 15 noches), como muestra la tabla 6.

Los turistas que permanecieron más tiempo en nuestro país procedían de México Venezuela y Chile, con estancias medias de más de 10 días, lo cual es razonable si se tiene en cuenta la gran distancia que tienen que recorrer.

La duración de la estancia mayoritaria durante el año 2017 fue de 4 a 7 noches, con 38 millones de visitantes y un incremento del 8,8% en el número de visitantes con relación al año anterior.

**Tabla 6: Turistas internacionales en 2017, según la duración del viaje.**

Duración del viaje	Nº de turistas internacionales	Tasa de variación anual
De 1 a 3 días	18.272.793	15,83
De 4 a 7	38.033.912	8,78
De 8 a 15	19.694.992	2,51
Más de 15	5.784.668	7,88

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Frontur)

#### 4.1.2. Gasto del turismo receptor.

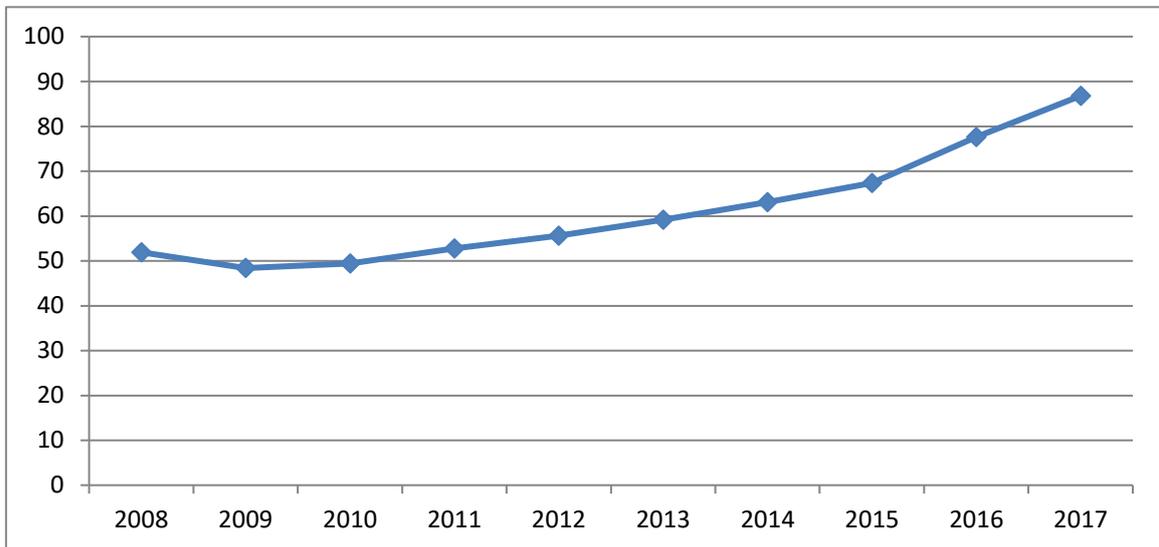
El análisis del gasto del turismo receptor es fundamental, ya que el superávit que presenta este sector en la Balanza de Pagos española sirve para compensar en gran medida el déficit provocado por la diferencia entre exportaciones e importaciones. Pero además de tener en cuenta el gasto total, hay que tener presente el gasto medio por turista, ya que para la sostenibilidad de un destino es más importante la calidad que la cantidad. Para realizar este análisis me baso fundamentalmente en los datos aportados por la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gráfico 5 muestra el gasto total realizado por los turistas internacionales en nuestro país, en la última década. Se observa que tan solo se produjo una variación negativa en el año 2009, explicable por el descenso del número de turistas internacionales que visitaron España en esas fechas. En los años restantes la variación anual del gasto ha sido positiva, llegando a la cifra de 86.822,81 millones de euros en el año 2017, cifra récord que representa un incremento del 12,15% respecto al año anterior.

El aumento de los ingresos por el turismo extranjero se debe, no sólo al incremento del número total de turistas, sino también al aumento del turismo procedente de los mercados de mayor gasto por persona en destino, en concreto de los turistas norteamericanos, rusos, asiáticos y latinoamericanos. (Exceltur, 2018)

A pesar de que la estancia media de los extranjeros en España en el año 2017 disminuyó con relación al año anterior, el gasto medio por turista se incrementó en un 3,28%, llegando a los 1.062 euros y rompiendo la tendencia negativa de los últimos 5 años. Este aumento se debe a la mejora del gasto medio diario por turista, que alcanzó los 137 euros, pero tiene una distribución muy dispar según la procedencia, el destino elegido y otras variables que paso a analizar a continuación.

**Gráfico 5: Gasto total del turismo receptor en España.  
(miles de millones)**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Egatur).

#### **a) Gasto según el medio de transporte utilizado.**

El gasto global generado por los turistas que acceden a nuestro país a través de aeropuerto es, como cabe esperar, muy superior al que generan los que acceden por otras vías, al ser la vía de acceso mayoritaria. Este gasto asciende a 76.819,36 millones de euros y además es el que ha tenido una tasa de variación anual superior.

El gasto global menor le corresponde a los que acceden por tren, ya que constituyen un grupo reducido.

Al analizar el gasto medio por persona en función de la vía de acceso encontramos que son los que viajan por tren los que efectúan un gasto mayor, 1.189 euros, seguidos de cerca por los que utilizan el aeropuerto y el puerto, que gastan 1.153 y 1.080 euros, respectivamente. El gasto medio por persona de los que acceden por carretera es considerablemente menor, 584 euros (ver tabla 7).

**Tabla 7: Gasto de los turistas internacionales en 2017, según vía de acceso.**

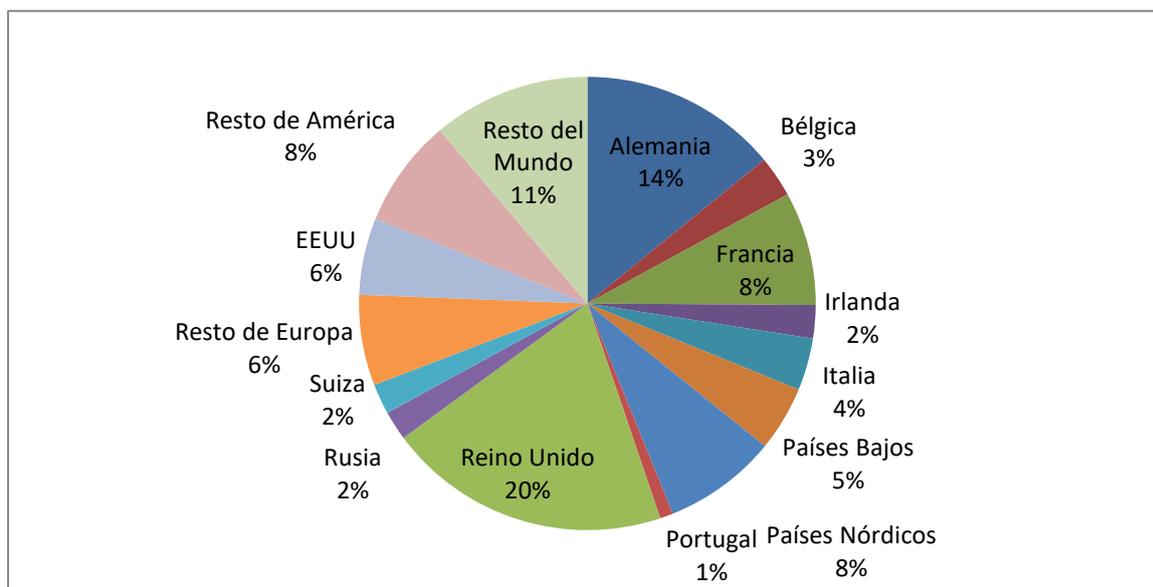
Vía de acceso	Aeropuerto	Carretera	Puerto	Tren
Gasto Global (millones de euros)	76.819,36	7.518,44	2.040,68	444,33
Gasto medio por persona (euros)	1.153	584	1.080	1.189

Fuente: Elaboración propia con datos del INE( Egatur)

**b) Gasto por país de residencia.**

Según datos del INE el país emisor con mayor gasto turístico global fue Reino Unido (17.423 millones de euros), seguido de Alemania, con 12.220 millones de euros, y Francia con 7.029 millones de euros. Los países nórdicos estuvieron cerca de igualar el gasto de los galos, situándose en 7.006 millones de euros. Estos datos son explicables por el hecho de que esos países son los que emiten un mayor número de turistas. La distribución porcentual del gasto global por país de residencia en el año 2017 se puede observar en el gráfico 6.

**Gráfico 6: Porcentaje del gasto global del turismo receptor en 2017, por país de residencia.**



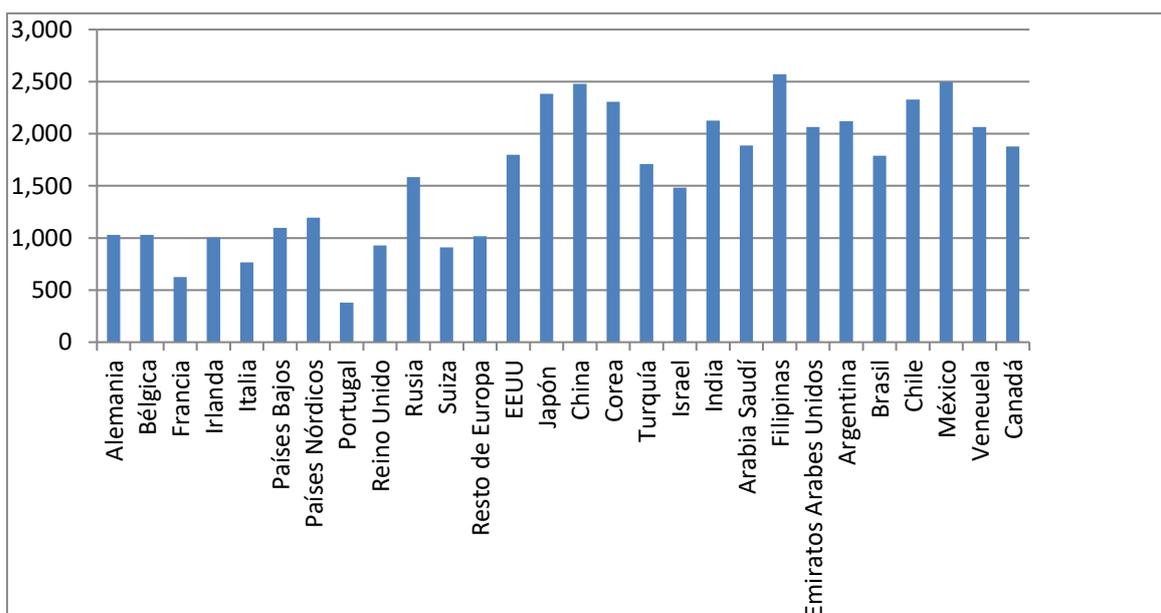
Fuente: Elaboración propia con datos del INE (EGATUR)

Sin embargo, al analizar el gasto de manera individual, en el gráfico 7, se observa que son los turistas procedentes de Filipinas los que efectuaron el mayor gasto medio por

persona, que llegó a los 2.572 euros, seguidos por los de México, con un gasto medio de 2.497 y por los de China, que realizaron un gasto de 2.479 euros.

Los turistas procedentes de Filipinas realizan el mayor gasto medio y ello a pesar de que su estancia en nuestro país es muy corta (una media de 4,27 días). Otro tanto puede decirse de los procedentes de países como Japón, Corea del Sur, Arabia Saudí e India. Son turistas con gran poder adquisitivo que prefieren un turismo urbano y de compras al turismo habitual de sol y playa. Las ciudades preferidas son Madrid, Barcelona y Sevilla que han sabido aprovechar sus conexiones directas con numerosos aeropuertos internacionales para atraer con sus abundantes recursos naturales y culturales a un turismo rentable y de calidad.

**Gráfico 7: Gasto medio de los turistas internac. en 2017, según país de residencia. (euros)**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE (EGATUR)

En líneas generales, los turistas procedentes de países del Lejano Oriente, de Sudamérica y de América Central realizan un gasto cuya media sobrepasa los 2.000 euros; los procedentes de países de América del Norte y el Oriente Próximo se acercan a los 2.000 euros y los procedentes de países europeos en su mayoría no alcanza los 1.000 euros.

Estas diferencias son explicables, en parte, por la distancia existente entre el país emisor del turista y España, ya que cuanto mayor es esa distancia mayor gasto se genera en el transporte y este es un factor importante en el cómputo total del gasto, pero también por el tipo de turismo que demandan.

***c) Gasto por Comunidad Autónoma de destino.***

Las CCAA que concentraron mayor gasto global por parte de los turistas internacionales en 2017 fueron Cataluña, con 19.152 millones de euros (un 9,7% más que en 2016), Canarias, con 16.780 millones (un 11,4% más) e Islas Baleares, con 14.591 millones (un 12,2% más); lo cual es lógico, ya que son las comunidades que registraron mayor entrada de turistas internacionales. Estas tres comunidades junto con Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana representaron el 92,7% del gasto total efectuado por este turismo (ver tabla 8).

Las CCAA que tuvieron una evolución más positiva en lo que a gasto turístico global se refiere, fueron Galicia, Castilla-León y Castilla-La Mancha, debido a que en ellas el incremento del número de turistas fue considerable.

**Tabla 8: Gasto global de los turistas internacionales en 2017, por Comunidad Autónoma de destino.**

C. Autónoma de destino	Gasto total (millones de euros)	Tasa de variación anual (%)
Andalucía	12.651,00	11.77
Aragón	415,10	-5.49
Principado de Asturias	310,62	-1.47
Islas Baleares	14.591,37	12.19
Canarias	16.780,18	11.35
Cantabria	324,05	-16.33
Castilla y León	770,05	44.27
Castilla-La Mancha	220,80	35.94
Cataluña	19.151,87	9.65
Comunidad Valenciana	8.481,33	14.04
Extremadura	114,07	19.27
Galicia	1.209,98	44.79
Comunidad de Madrid	8.838,35	16.33
Región de Murcia	1.017,37	12.63
C. Foral de Navarra	186,91	-2.60
País Vasco	1.653,27	6.25
La Rioja	102,57	10.18

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Egatur)

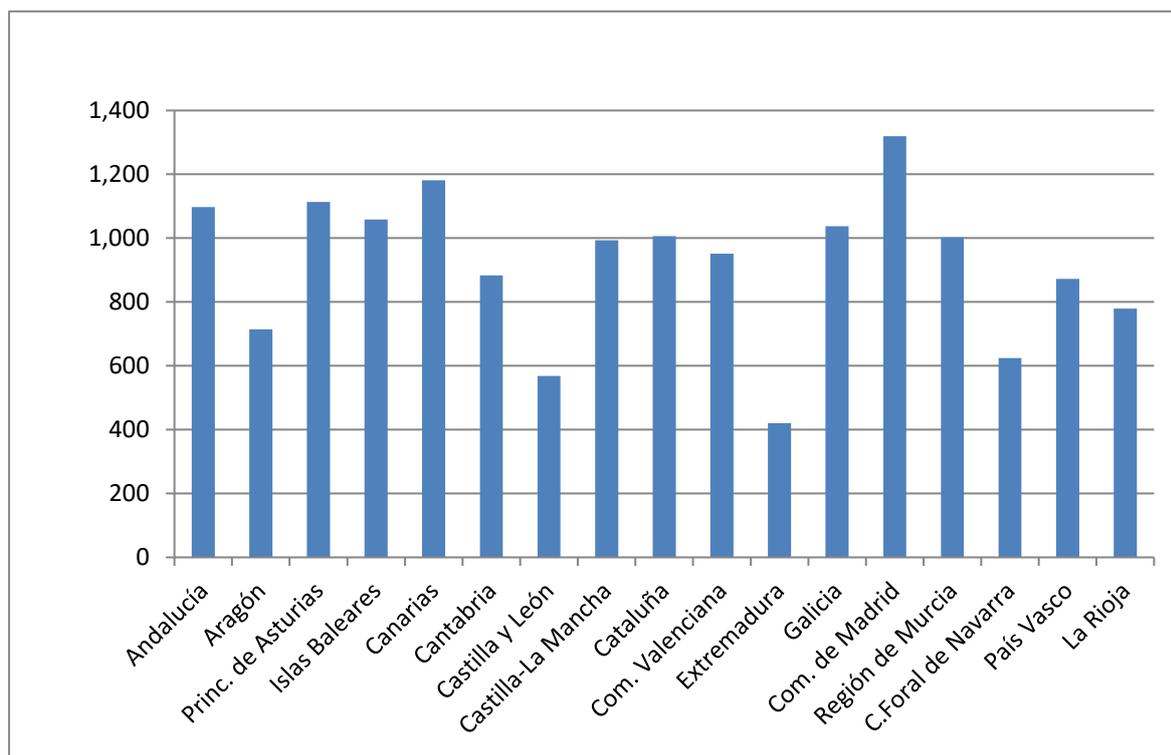
Al analizar el gasto de manera individual, como se muestra en el gráfico 8, se obtiene que la comunidad donde los turistas efectúan un mayor gasto medio por persona es Madrid, con 1.320 euros; seguida de Canarias, con 1.181 euros y del Principado de Asturias, con 1.113 euros.

Teniendo en cuenta que la estancia media en la Comunidad de Madrid es de 6,01 días, inferior a la media en España, se puede concluir que esta Comunidad oferta un turismo más selectivo y de calidad. Los turistas internacionales que recibe proceden en su mayoría de EEUU, también se han incrementado considerablemente los procedentes de países de Lejano Oriente. Todos ellos realizan un gasto superior a la media. Por otra parte Madrid capital es un destino preferente en el turismo de negocios y congresos. Según datos de la página oficial de turismo de Madrid, se encuentra entre los 10 primeros destinos del mundo elegidos para realizar reuniones de negocios, ferias y convenciones.

Además cuenta con importantes parajes naturales y con un inmenso patrimonio cultural y artístico.

El gasto efectuado en Canarias y en el Principado de Asturias está determinado por estancias que superan la media de España, 8,56 y 11,10 días respectivamente.

**Gráfico 8: Gasto medio de los turistas internacionales en 2017, según la Comunidad Autónoma de destino (euros).**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Egatur)

#### **d) Gasto por tipo de alojamiento principal.**

El mayor gasto global en función del tipo de alojamiento lo efectúan los que se alojan en hoteles o similares, dicho gasto asciende a 53.692,31 millones de euros. Este dato es explicable en función de que es este el tipo de alojamiento más utilizado por el turismo internacional.

El gasto que ha experimentado un mayor incremento, el cual ha llegado al 19,95%, ha sido el realizado por los que han elegido un tipo de alojamiento denominado, en la tabla 9, "Resto de mercado", que engloba apartamentos turísticos, campings,

alojamientos de turismo rural y albergues. El aumento de gasto en este concepto es debido sobre todo al incremento producido en las viviendas de alquiler.

**Tabla 9: Gasto de los turistas internacionales en 2017, según el tipo de alojamiento.**

Tipo de alojamiento	Hotelero	Resto de mercado	No mercado
Gasto Global (Millones €)	53.629,31	17.752,60	15.377,90
Gasto Medio por persona (€)	1.047,00	1.295,00	917,00
Duración (días)	5,67	11,06	11,33

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Egatur)

Los turistas internacionales que se alojan en una vivienda de alquiler son los que realizan un mayor gasto medio por persona. Este tipo de alojamiento es mayoritariamente utilizado por familias con estancias superiores a la media y que valoran sobre todo el precio, al ser más económico que el de los establecimientos hoteleros y la libertad, sobre todo si tienen niños pequeños, al no tener unos horarios rígidos para las comidas.

Sin embargo, los que optan por un alojamiento de “No mercado” (viviendas de su propiedad o viviendas de amigos y familiares) aunque permanezcan más días, efectúan un gasto medio inferior, al no tener que incluir el gasto por alojamiento en la partida de gasto global.

#### ***e) Gasto según el motivo del viaje.***

El mayor gasto global en función del motivo del viaje, lo realizan los que nos visitan por ocio, recreo y vacaciones, como puede apreciarse en la tabla 10. El gasto efectuado por este motivo asciende a 74.723,96 millones de euros, la mayoría de los cuales, 41.059,96 millones, corresponden al turismo de sol y playa. Sin embargo, es el gasto en turismo cultural el que se ha incrementado de manera espectacular, pasando de 8.567,13 millones de euros en 2016 a 13.907,88 millones de euros en 2017, lo que supone un incremento del 62,34%, según datos ofrecidos por Egatur.

Los que viajan por negocios y motivos profesionales gastaron 5.427,42 millones, lo que supone un incremento de casi el 2%. Dentro de este apartado,

son los que viajan como trabajadores estacionales temporeros los que han incrementado en mayor medida el gasto (un 30,04%)

Los que viajaron por motivos personales (estudios, visitas a familiares y amigos, tratamiento de salud voluntario, motivos religiosos, compras) gastaron 6.128,64 millones de euros, más de la mitad de esta cantidad se gastó en visitas a familiares y amigos.

**Tabla 10: Gasto de los turistas internacionales en 2017, según el motivo del viaje.**

Motivo del viaje	Gasto global (millones de euros)	Gasto medio por persona
Negocios y motivos profesionales	5.427,42	1.153
Estudios	2.046,79	3.119
Visitas a familiares o amigos	3.677,66	880
Tratamiento de salud voluntario	102,29	1.599
Motivos religiosos	226,56	1.193
Compras o servicios personales	75,34	863
Ocio recreo y vacaciones	74.723,96	1.052
Turismo cultural	13.907,88	1.083
Práctica deportiva	1.249,98	986
Turismo de sol y playa	41.059,96	1.050
Otro tipo de ocio	18.506,14	1.038
Otros	542,80	628

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Egatur)

El análisis del gasto medio por persona nos muestra que es mayor el que realizan los que visitan nuestro país por negocios (1.153 euros) que los que lo hacen por ocio (1.052 euros) y ello a pesar de que la duración de la estancia es menor. La estancia media por motivos de negocios es de 5,98 días, mientras que la media de los que viajan por ocio es de 7,56 días. Esto indica que el turismo que realizan es más selectivo, ya que tienen más capacidad de gasto. La mayoría de los que asisten a un congreso, una vez finalizado, dedican entre uno y tres días para conocer la ciudad en que se encuentran, realizando actividades culturales y recreativas.

No obstante, son los que viajan por motivos de estudios los que realizan un gasto mayor que supera los 3.000 euros, esto es debido a que la duración de la estancia de los que viajan por este motivo es muy superior a la del resto, ya que tiene una media de 33,37 días.

#### **f) Gasto según la organización del viaje.**

El gasto global de los turistas que viajan con paquete turístico es inferior al de aquellos que lo hacen sin él (26.565,82 millones, frente a 60.256,99 millones), lo cual no es de extrañar dado que el número de los que viajan con paquete turístico es también inferior.

**Tabla 11: Gasto de los turistas internac. en 2017, según la organización del viaje.**

Organización del viaje	Gasto global (millones de euros)	Gasto medio por persona (€)
Con paquete turístico	26.565,82	1.106
Sin paquete turístico	60.256,99	1.043

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (EGATUR)

Con el gasto medio por persona ocurre lo contrario; este gasto es superior en los que viajan con paquete turístico (1.106 euros frente a 1.043 euros) y ello a pesar de que la duración de su estancia es menor (7,07 días, frente a 8,01 días), esto es debido al incremento de precio que supone el tener un intermediario en la gestión del viaje.

En lo que respecta a las partidas del gasto no incluido en paquete turístico, el mayor desembolso se hace para pagar el transporte internacional (17.730 millones de euros), que es también el que se ha incrementado en mayor medida (un 16,55%); seguido por el gasto en actividades (15.483 millones), el gasto en manutención (13.597 millones) y el gasto en alojamiento (12.390 millones)

## **4.2 Turismo interno.**

Para analizar el turismo realizado en España por los residentes utilizaremos los datos aportados por la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR), que proporciona estimaciones mensuales, trimestrales y anuales de los viajes realizados por la población residente en España y sus principales características.

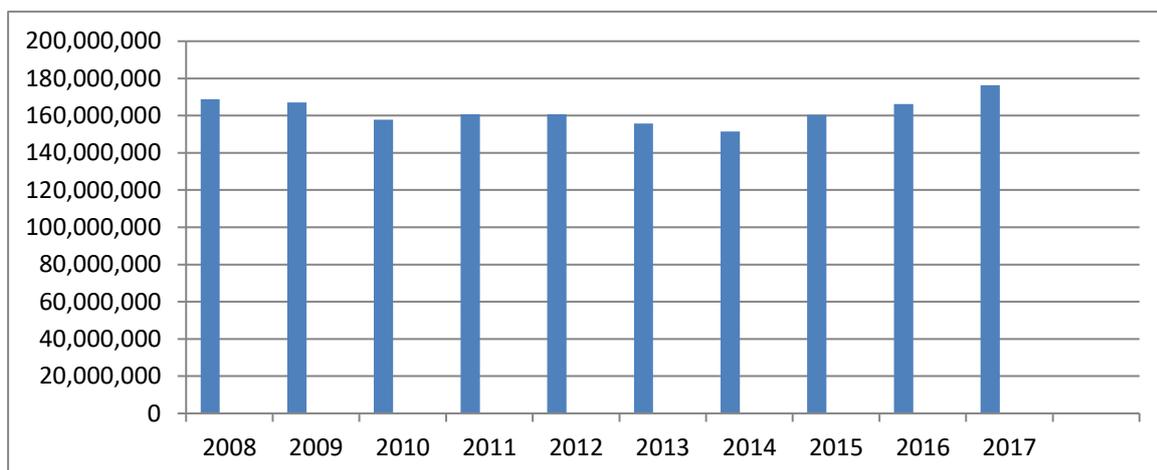
La población residente en España realizó 193,69 millones de viajes en el año 2017, lo que supone una tasa de variación anual del 6,45%. La mayoría de

estos viajes, el 91,1%, tuvieron como destino España y sólo el 8,9% se realizaron al extranjero.

En este apartado analizaré solamente el turismo interno, es decir, el que incluye las actividades realizadas en España por un turista residente en este país.

El turismo interno, al igual que el turismo receptor, ha tenido una evolución positiva a lo largo del año 2017, incrementándose por tercer año consecutivo después de la caída sufrida como consecuencia de la crisis económica del 2008, que también afectó al turismo internacional, pero mientras que este tuvo una rápida recuperación y a partir de 2010 inicio su expansión, el turismo interno ha pasado más años de caída y estancamiento, hasta iniciar un ascenso continuado en el año 2015. (Ver gráfico 9).

**Gráfico 9: Viajes efectuados en España por residentes en la última década.**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE (Encuesta de turismo de Residentes) y Familitur.

En el año 2017 el número de viajes realizados por los turistas residentes alcanzó la cifra de 176,40 millones, la mayoría de los cuales (129,52 millones) fueron viajes de fin de semana o de puente.

#### **4.2.1. Características del turismo interno.**

Al igual que hice con el turismo receptor, paso a analizar el turismo interno desde distintas perspectivas.

##### ***a) Según el tipo de alojamiento.***

El alojamiento de no mercado es el elegido mayoritariamente en los viajes del turismo interno, supone el 66,7% del total. La vivienda de familiares y amigos es la que se elige en mayor medida (en 79,51 millones de viajes), seguida de la vivienda en propiedad (en 36,59 millones de viajes), tal como se muestra en la tabla 12.

El alojamiento de mercado aparece agrupado en la Encuesta de Turismo de Residentes en las siguientes categorías: Hotelero (que incluye hoteles, moteles, hostales pensiones, fondas y casas de huéspedes), Vivienda en alquiler y Resto de mercado (que incluye alojamientos de turismo rural, albergues y campings). La opción preferida es la del alojamiento hotelero, utilizada en 34,05 millones de viajes. Las viviendas de alquiler fueron utilizadas en 11,11 millones de viajes y en 13,47 millones de viajes se eligieron alojamientos de la categoría Resto de mercado, siendo este tipo de hospedajes los que han tenido una tasa de variación anual más alta.

**Tabla 12: Viajes efectuados por residentes en 2017, según el alojamiento principal.**

Tipo de alojamiento	Nº de viajes	Tasa de variación anual
Hotelero	34.047.209	2,33
Vivienda en alquiler	11.106.546	10,45
Resto de mercado	13.468.722	18,27
Vivienda en propiedad	36.593.890	9,28
Vivienda de familiares o amigos	79.511.698	3,95
Resto de no mercado	1.671.736	9,62

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (ETR)

El incremento en alojamientos de turismo rural, albergues, campings y viviendas en alquiler, se ha producido como consecuencia del considerable aumento del turismo extranjero, hasta alcanzar en temporada alta la plena ocupación hotelera en muchos destinos y la consecuente elevación de los precios (Exceltur 2018).

#### ***b) Según la Comunidad Autónoma de destino.***

El destino preferido por el turismo interno ha sido Andalucía, seguido por Cataluña, la Comunidad Valenciana y Castilla-León, mientras que las CCAA

menos visitadas fueron La Rioja, Comunidad Foral de Navarra e Islas Baleares, tal como puede apreciarse en la tabla 13.

En cuanto a la evolución del turismo, ha sido positiva en todas las CCAA, a excepción del País Vasco, siendo las de mayor tasa de variación La Rioja, El Principado de Asturias y la Comunidad Foral de Navarra.

El incremento del número de viajes en estas comunidades es debido a que son los destinos preferidos para realizar un turismo de escapada o city break, que se realiza preferentemente en fin de semana y puentes, según uno de los informes presentados en la Feria Internacional de Turismo celebrada en enero de 2018 por Atrapalo<sup>11</sup>. La Rioja atrae a los viajeros por su riqueza gastronómica, enológica y cultural. Asturias, por sus zonas rurales y las actividades deportivas en la naturaleza, además de por su riqueza gastronómica. Navarra por las rutas medievales, Sanfermines y zonas rurales.

**Tabla 13: Viajes efectuados por residentes en 2017, según la Comunidad Autónoma de destino.**

C. Autónoma de destino	Nº de viajes	Tasa de variación
Andalucía	32.589.227	2,61
Aragón	8.087.891	0,95
Principado de Asturias	4.813.351	15,56
Islas Baleares	3.352.137	3,55
Canarias	6.267.175	9,71
Cantabria	4.627.295	11,00
Castilla y León	17.518.646	2,01
Castilla - La Mancha	12.872.481	5,73
Cataluña	25.227.941	12,67
Comunidad Valenciana	18.540.291	7,89
Extremadura	5.169.183	8,63
Galicia	10.287.583	5,89
Comunidad de Madrid	13.478.592	3,36
Región de Murcia	4.177.476	11,00
Comunidad Foral de Navarra	2.927.216	13,19
País Vasco	4.651.131	-4,22
La Rioja	1.701.644	18,74

<sup>11</sup> Compañía internacional especializada en la venta online de viajes y experiencias.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (ETR)

**c) Según la Comunidad Autónoma de Origen.**

Los residentes en la Comunidad Autónoma de Madrid son los que en el año 2017 realizaron un mayor número de viajes, seguidos por los residentes en Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana, como puede observarse en la tabla 14. Ahora bien, si tenemos en cuenta las diferencias de población entre las distintas comunidades, los madrileños siguen siendo los más viajeros, pero le siguen los navarros y los aragoneses, según los datos de viajes por cada mil habitantes ofrecidos por la Encuesta de Turismo de Residentes (INE, 2018).

**Tabla 14: Viajes efectuados por residentes en 2017, según la Comunidad Autónoma de origen.**

CCAA emisoras	Nº de viajes	Tasa de variación anual (%)
Andalucía	29.410.068	2,14
Aragón	6.923.602	3,39
Asturias	4.455.064	5,12
Baleares	3.562.041	17,15
Canarias	6.183.583	7,96
Cantabria	2.366.375	7,34
Castilla y león	11.419.177	2,40
Castilla la mancha	8.962.025	8,26
Cataluña	31.733.552	11,12
Comunidad valenciana	16.834.151	8,97
Extremadura	4.443.202	8,96
Galicia	9.834.000	7,03
Madrid	36.721.526	5,96
Murcia	4.943.859	13,66
Navarra	3.424.502	5,47
País vasco	10.580.546	0,88
La Rioja	1.356.422	11,59

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (ETR)

La evolución del número de viajes realizados por los residentes de las distintas CCAA ha sido positiva en todas ellas, siendo Islas Baleares, Murcia y La Rioja las que tuvieron un incremento mayor.

#### ***d) Según la duración del viaje.***

La duración media de los viajes dentro de España ha disminuido un 3,17%, quedando en 3,75 días. Una de las causas de la reducción de la estancia es la subida de precios en el sector, que al no ser equiparable a la subida de los salarios provoca el recorte en la duración del viaje y, aun así, el gasto turístico medio por persona ha aumentado. Por otra parte, el aumento del número de viajes efectuados en fin de semana en relación al año anterior (un 7,64% más) y con ocasión de un puente (un 26,73% más) también contribuye a acortar la duración de la estancia media (INE, Encuesta de Turismo de Residentes, 2018).

Los residentes en el País Vasco y en la Comunidad de Madrid son los que han realizado viajes con estancias medias mayores (4,63 y 4,45 días respectivamente)

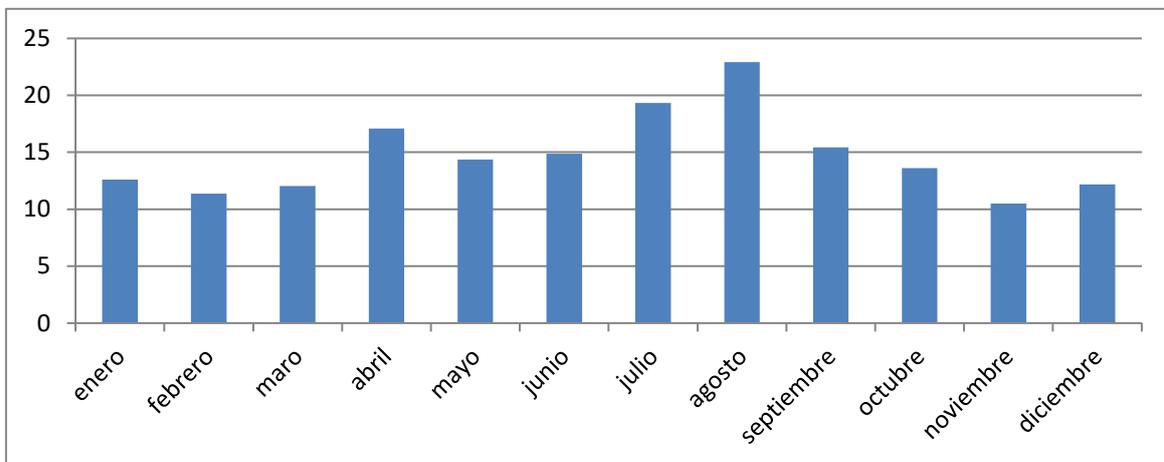
La modalidad de turismo más demandada por los españoles para aprovechar los fines de semana y días festivos es el “city break”, una nueva tipología de turismo en la que se visitan ciudades con atractivos suficientes para motivar una escapada. El perfil de los viajeros que lo demandaron en 2017 fueron parejas y familias (Hosteltur, 2018)

#### ***e) Según el motivo del viaje.***

Los principales motivos del viaje de los turistas residentes, según la ETR han sido el ocio, recreo y vacaciones (49,5%), seguidos por la visita a familiares y amigos, pero mientras que los viajes por vacaciones han aumentado en un 13,81%, las visitas han disminuido en un 0,17%.

Por negocios y motivos profesionales se han realizado el 8,2% de los viajes, incrementándose en un 1,55% en relación al año anterior. En algunos casos la persona que viaja por negocios alarga su estancia uno o dos días para disfrutar de planes de ocio en la ciudad, lo que ha dado lugar a la llamada tendencia “bleisure” o negocios con ocio.

**Gráfico 10: Distribución del turismo interno en 2017, por meses. (Millones de viajes)**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE (ETR)

La demanda del turismo interno, al igual que la del turismo receptor, tiene un comportamiento estacional, tiende a concentrarse en torno a determinadas épocas que suelen coincidir fundamentalmente con las vacaciones laborales y escolares del verano y también, aunque con menor intensidad, con las vacaciones escolares de Semana Santa y de Navidad, como puede apreciarse en el gráfico 10. La tendencia a viajar durante las fiestas navideñas es cada vez mayor, en el año 2017 el incremento fue del 18,26%, por encima del producido en Semana Santa (13,83%) y en verano (sólo aumentó un 3,72%).

#### ***f) Según la organización del viaje.***

La mayoría de los viajes efectuados por residentes se realizan sin la contratación de paquete turístico, el 97,4%, los principales motivos son los expuestos para explicar el comportamiento de los no residentes, es decir, el ahorro que supone el no tener intermediarios en la gestión y el fácil acceso a través de internet a la información necesaria para realizar el viaje y a la contratación directa del transporte, el alojamiento e incluso las entradas para realizar determinadas actividades culturales y recreativas (INE; Encuesta de turismo de Residentes, 2018).

#### ***g) Según el medio de transporte.***

El medio de transporte utilizado por el turismo interno de forma mayoritaria es el vehículo propio, que es elegido sobre todo por la autonomía que proporciona a quienes lo utilizan. De este modo se han realizado el 82,8% de los viajes, mientras que los viajes en ferrocarril, autobús y avión suponen en torno al 5% cada uno de ellos y el transporte marítimo no llega al 1% (datos extraídos de la ETR).

El único medio de transporte que ha tenido una tasa de variación negativa ha sido el transporte aéreo debido a la competencia de las líneas de ferrocarril de alta velocidad. El periódico El País en un artículo publicado en Agosto de 2017 explicaba como el Ave, desde la inauguración de su primera línea en 1992, ha ido restando pasajeros a los aeropuertos. La preferencia por este medio de transporte se basa en su puntualidad, en que apenas hay tiempo de espera entre la llegada a la estación y la ocupación de los asientos correspondientes (cosa que no ocurre en los aeropuertos donde a veces se tarda más en facturar y embarcar que en el trayecto) y en que las estaciones de tren suelen estar más céntricas que los aeropuertos.

En la actualidad el Ave conecta Madrid con las principales ciudades de las CCAA de Andalucía, Comunidad Valencia, Cataluña, Aragón, Castilla y León y Castilla la Mancha.

#### **4.2.2. Gasto del turismo interno.**

Los datos que aparecen en este apartado han sido extraídos de la Encuesta de Turismo de Residentes.

El gasto global efectuado por el turismo de residentes se ha incrementado un 6,4% llegando a los 29.957,45 millones de euros, cifra importante pero muy por debajo del gasto efectuado por el turismo receptor (86.822,81 millones de euros).

Las CCAA de residencia que efectúan un mayor gasto global son las que realizan un mayor número de viajes: Comunidad de Madrid, cuyos residentes gastan 6.421,99 millones de euros, los residentes en Cataluña, que gastan 4.552,59 millones y los residentes en Andalucía, que gastan 4.208,20 millones.

En cuanto al gasto medio por persona es de 169,83 €, prácticamente el mismo que durante el año 2016 (169,38 €).

Por CCAA, los que realizan el mayor gasto medio por persona son los residentes en Islas Baleares, con 229,49 euros, los de Canarias, con 211,91 euros y los del País

Vasco, con 206,09 euros. Los que realizan un menor gasto medio son los residentes en Región de Murcia, con una media de 143,85 euros; los de Castilla-La Mancha, con un gasto de 149,46 euros y los de Comunidad Valenciana, con 145,66 euros.

En cuanto a las partidas de gasto, en los viajes internos el gasto mayoritario se realiza en bares y restaurantes: 8.025,37 millones de euros; le sigue el gasto en alojamiento, 7.017,45 millones y en transporte 6.474,49 millones. El gasto en actividades ha sido de 1.248,69 millones.

Si comparamos las partidas de gasto del turismo receptor y las del turismo interno podemos observar que los turistas internacionales gastan más en actividades que en manutención y alojamiento, mientras que los residentes gastan mucho más en manutención y alojamiento que en actividades.

## **5. EL TURISMO EN ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OFERTA.**

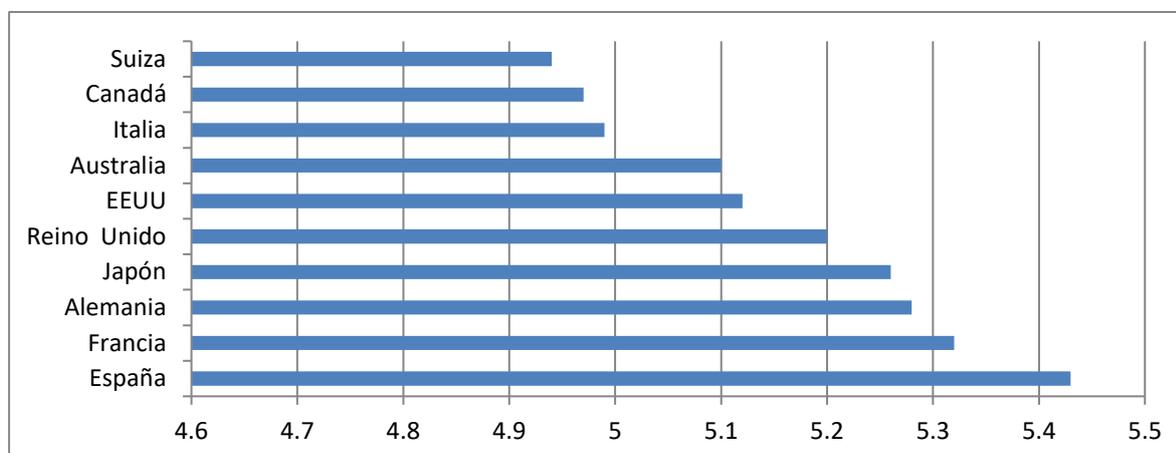
Desde la perspectiva de la oferta, “el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes, o cuyos resultados principales se destinan en gran parte a su consumo por los visitantes” (OMT, 2010, p.2).

En el año 2017 España volvió a ocupar el primer lugar entre los países más competitivos en el sector (ver gráfico 11), según el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo que elabora el Foro Económico Mundial<sup>12</sup> cada dos años, superando en una décima la nota obtenida en el año 2015, año en el que ocupó por primera vez la cabeza de la lista en una clasificación de 136 países.

---

<sup>12</sup> Organización que reúne a líderes internacionales (empresariales, políticos e intelectuales) para discutir sobre los problemas del mundo con el fin de mejorarlos.

**Gráfico 11: Países más competitivos en el sector turístico en 2017.**  
 (Puntuación entre 1 y 7)



Fuente: Elaboración propia con datos del Foro Económico Mundial

El Foro puntúa a cada país en base a 14 conceptos y España consiguió la mayor puntuación, un 5,43 sobre 7, gracias a sus ofertas naturales y culturales únicas, a sus sólidas infraestructuras, a su buena conectividad aérea y servicios de alojamiento y a sus políticas de fomento del sector, tal como se especifica en dicho foro.

La oferta turística básica se compone de recursos turísticos, infraestructuras y empresas turísticas.

## 5.1. Recursos turísticos.

“Los recursos turísticos son los elementos que tienen capacidad, por si mismos o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no lo son sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros construidos por el hombre”. (Vogeler y Hernández, 2002). Existen distintos tipos.

### 5.1.1. Recursos turísticos naturales.

Recursos turísticos naturales son los creados por la naturaleza con unas características que los hacen viables para ser visitados por los turistas. Para que puedan ser aprovechados deben dotarse de unos servicios e infraestructuras que no los alteran básicamente, pero que permiten acceder a ellos para poder disfrutarlos.

España cuenta con una gran diversidad de paisajes: montañas, lagos, marismas, volcanes, bosques, valles, acantilados, etc. que la convierten en el país del mundo con

más espacios declarados Reserva de la Biosfera<sup>13</sup> por la UNESCO. Son 49 los espacios que ostentan este privilegio, entre los que se encuentran Parques Nacionales, Parques y Monumentos Naturales y otros lugares de importancia para la conservación y protección de la biodiversidad.

Existen en España 15 parques declarados de interés general para la nación, por ser representativos del patrimonio natural del país, que integran la Red de Parques Nacionales, su extensión total supone el 0,7% del territorio español y cada vez atraen a un mayor número de visitantes. Según los datos suministrados por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), en el año 2016 (último año del que poseemos datos) fueron visitados por 15,01 millones de personas. (tanto turistas como excursionistas<sup>14</sup>).

La distribución del número de visitantes entre los distintos parques es muy desigual. Los más visitados en el año 2017 fueron: El Teide, en Tenerife, con 4,33 millones de visitas, Sierra de Guadarrama, entre Madrid y Segovia, con 2,69 millones y Picos de Europa, entre las provincias de Asturias, Cantabria y León, con 2.04 millones. Los menos visitados fueron: Cabañeros, en Ciudad Real, con 112.760 visitantes, Archipiélago de Cabrera, en Baleares, con 126.143 y Tablas de Daimiel, también en Ciudad Real, con 170.098 visitantes.

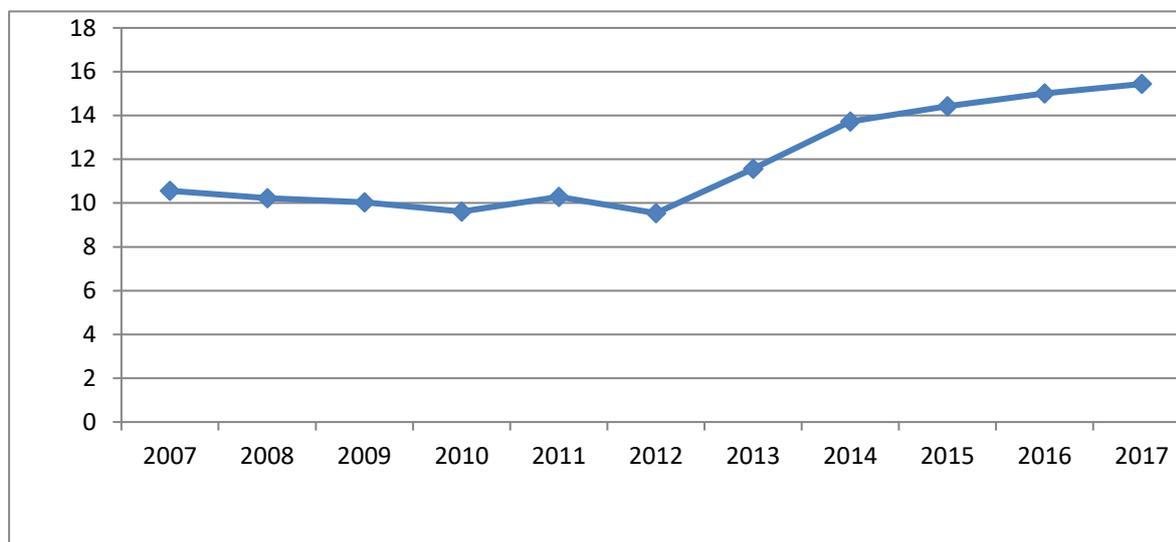
En el gráfico 12 se observa la evolución que se ha producido en el número de visitas a los Parques Nacionales a partir del año 2007, destacando el aumento progresivo y continuado a partir del año 2012, que ha sido posible gracias a políticas ministeriales que autorizan la realización en ellos de actividades compatibles con su conservación y a la creación de la marca “ Parques Nacionales de España”, como un indicador común de calidad para estos espacios que constituyen la muestra más representativa del patrimonio natural del país.

---

<sup>13</sup> Las Reservas de la Biosfera son territorios cuyo objetivo es armonizar la conservación de la diversidad biológica y cultural y el desarrollo económico y social a través de la relación de las personas con la naturaleza

<sup>14</sup> Un excursionista es aquella persona que visita un destino pero no pernocta en él.

**Gráfico 12: Visitantes a los Parques Nacionales 2007-2017 (millones)**



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPAMA y Ministerio para la transición ecológica.

Las actividades que se realizan en los Parques Nacionales se hacen desde una perspectiva sostenible, permitiendo el disfrute pero garantizando la conservación de sus ecosistemas. Para ello, algunos de estos parques tienen establecidos cupos de visita, como es el caso de la Islas Atlánticas en Galicia.

Las actividades turísticas que ofertan son variadas, dependiendo de los recursos de cada parque: senderismo, deportes acuáticos, observación de determinadas especies animales y vegetales, etc.; pudiendo completarse con actividades culturales, gastronómicas, artísticas y tradicionales de las localidades cercanas.

Además de los Parques Nacionales, España cuenta con 132 Parques Naturales<sup>15</sup> repartidos a lo largo de toda la geografía y ocupando el 6,74% del total de la superficie del territorio español.

En torno a estos espacios naturales se han creado infraestructuras de turismo rural, en el marco de las políticas de desarrollo rural para fomentar el empleo y evitar la despoblación de esas zonas.

En general, los recursos naturales permiten la realización de tres tipos de actividades turísticas: actividades de turismo activo o deportes en la naturaleza;

<sup>15</sup> Un parque natural es aquel espacio natural con características biológicas o paisajísticas especiales en el que se pretende garantizar su protección

actividades de turismo de esparcimiento o disfrute pasivo de la naturaleza y ecoturismo o actividades de observación e interpretación de la naturaleza (MAPAMA, 2017)

Entre las actividades de turismo activo la más ofertada es el senderismo, actividad que cada vez tiene más seguidores. En España existen más de 60.000 km de senderos homologados, en cuyo recorrido se pueden apreciar lagos de origen glaciar, volcanes, marismas, acantilados, bosques, ... Algunos senderos están adaptados para recorrerse en bicicleta. También pueden realizarse rutas en quads, todoterreno o a caballo. (Portal oficial de turismo en España, 2017)

El hecho de que España sea el segundo país más montañoso de Europa hace que también sea un destino idóneo para practicar la escalada y el alpinismo a distintos niveles, pudiendo realizarse ascensiones a picos de más de 3.000 metros.

No obstante, el mayor atractivo con que cuenta España para atraer al turismo son sus 7.500 km de costa y más de 3.000 playas repartidas en sus tres litorales: el Mediterráneo, el Cantábrico y el Atlántico, junto con las temperaturas y las horas de sol características de los meses de verano.

La Asociación de Educación Ambiental de la Unión Europea hasta 2017 otorgó a más de 600 playas el distintivo de Bandera Azul debido a la calidad de sus aguas, y a los buenos servicios de mantenimiento que poseen, con lo que España mantiene el primer puesto mundial en el número de estas distinciones. (El país, mayo 2017)

Las playas de España son uno de los principales destinos turísticos en todo el mundo, no solo por la calidad de sus aguas y por los enclaves paisajísticos en que se encuentran, sino también porque están cerca de monumentos históricos que permiten combinar el turismo de sol y playa con el turismo cultural.

Además de tomar el sol en nuestras playas se pueden practicar deportes como natación, buceo, surf, windsurf, kitesurf, etc.

El hecho de que el turismo de sol y playa sea el tradicionalmente más demandado ha sido la causa de destrucción de muchos espacios naturales debido a la expansión urbanística en las zonas costeras y a las infraestructuras hoteleras, sobre todo las del litoral mediterráneo.

### 5.1.2. Recursos turísticos culturales.

Recursos turísticos culturales son los creados por el hombre con unos atributos especiales que los hacen atractivos para ser visitados. Engloba elementos del Patrimonio histórico o contemporáneo, lugares religiosos y espacios temáticos. A esto hay que añadir las manifestaciones de la cultura tradicional como fiestas patronales y encuentros folclóricos, la gastronomía local; ferias de arte y artesanía; los festivales de cine, danza, teatro u ópera y las programaciones estables de representaciones escénicas.

#### **a) Patrimonio.**

España posee un rico patrimonio heredado de la época romana, árabe y judía; esto ha propiciado que ocupe el tercer puesto en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. El primer lugar es ocupado por Italia y el segundo por China.

Los bienes españoles que aparecen en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO en 2017, por tener características de excepcional valor que los hacen únicos en el mundo y por tanto merecen ser conservados para futuras generaciones, son 44 y de ellos 39 pertenecen al Patrimonio Cultural. Entre ellos se encuentran 15 ciudades: Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo, Úbeda y Baeza.

También aparecen Monumentos, como la Alhambra de Granada, la Sagrada Familia de Barcelona y El Escorial en Madrid, entre otros, Conjuntos Arqueológicos, como los de Atapuerca y Arte Rupestre, como las Cuevas de Altamira.

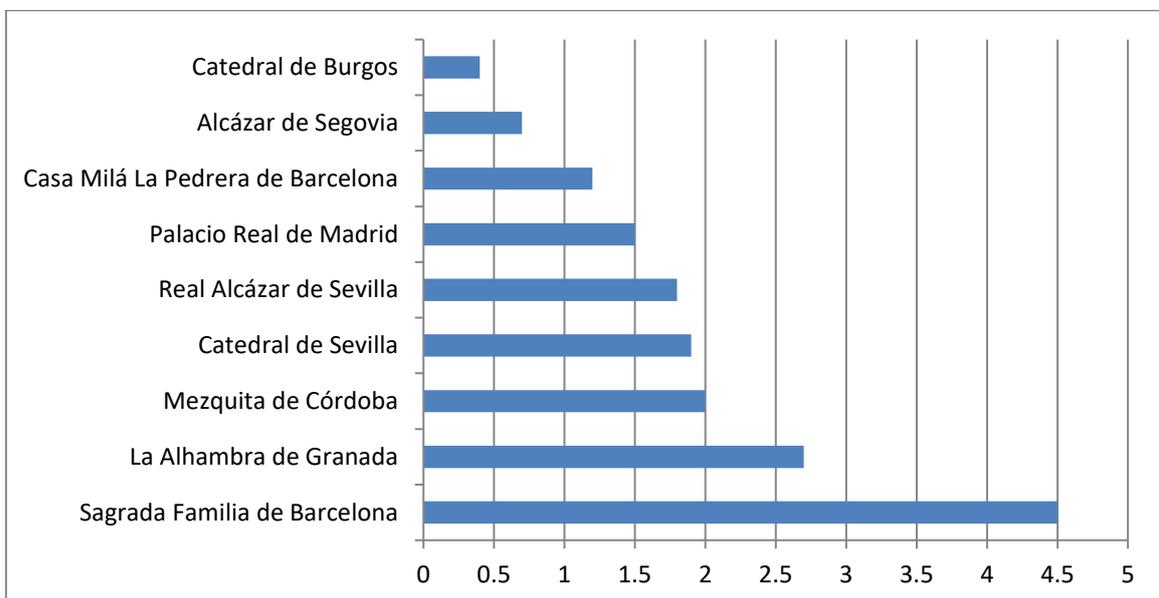
La explotación turística de los bienes patrimoniales tiene como consecuencia una mayor sensibilización social para conservarlos y mantenerlos, a la vez que aporta recursos económicos que lo hacen posible.

No obstante, el incremento del número de visitantes en algunos lugares de especial sensibilidad implica una presión incompatible con su mantenimiento y conservación. Esto ocurre por ejemplo en La Alhambra de Granada y en las Cuevas de Altamira, por lo que se han tenido que diseñar estrategias proteccionistas que, sin excluir el turismo y los recursos económicos asociados, permiten compatibilizar el disfrute de esos lugares con su conservación. Entre estas estrategias se encuentra el establecimiento de un aforo limitado, en el caso de la Alhambra de Granada o la construcción de una réplica situada al lado de la original y en su entorno natural, como ocurre con las Cuevas de Altamira.

Los monumentos más visitados en España en 2017, según muestra el gráfico 13, fueron: la Sagrada Familia, que recibió más de 4,5 millones de visitantes; la Alhambra de Granada, con 2,7 millones y la Mezquita de Córdoba, que casi llega a los 2 millones.

De la Catedral de Santiago de Compostela y de la Basílica El Pilar de Zaragoza no existen datos fiables debido a que tienen entrada libre. No obstante, se estima que en 2017 el número de visitantes ascendió a 3 y 5 millones respectivamente.

**Gráfico 13: Monumentos de España más visitados en 2017 (millones de visitas)**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en El rincón del turista.com

Además de contar con monumentos únicos, España posee museos imprescindibles de pintura, que recogen obras maestras de grandes artistas reconocidos internacionalmente, de todas las épocas y de todos los estilos; museos arqueológicos, de ciencias, marítimos, monográficos, ..., que superan la cifra de 1.500. Según la Estadística de Museos y Colecciones Museográficas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte<sup>16</sup>, las instituciones museísticas censadas son 1521 y se encuentran distribuidas de forma desigual entre las distintas CCAA. Las que cuentan con un mayor número de museos son Comunidad Valenciana con 206; Castilla y León, que cuenta con 196 y Castilla-La

<sup>16</sup> Nombrado así de 2000 a 2004 y de 2011 a 2018.

Mancha, que cuenta con 183. Las que menos museos poseen son Comunidad Foral de Navarra, que cuenta con 10; Cantabria, que cuenta con 13 y La Rioja, que cuenta con 16.

En el año 2016 el número de visitantes fue de 59,9 millones lo que supuso un incremento de 2,6% en relación con los datos de 2014<sup>17</sup>. Los museos más concurridos fueron: el museo de arte contemporáneo Reina Sofía, en Madrid, que recibió 3,6 millones de visitas; el Museo del Prado, también en Madrid, que tuvo 3.03 millones y el Museo de las Artes y Ciencias, en Valencia, con 2,1 millones.

Otros museos dignos de mención son: el Museo Guggenheim, en Bilbao, con colecciones de arte moderno, el Museo-Teatro Dalí, en Figueras, con pinturas, mobiliario, esculturas y objetos personales del artista, el Museo Picasso, en Málaga, con obras del pintor, el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, en Madrid, pinacoteca con obras de los siglos XIII al XX, el Museo Nacional y Centro de Investigación de Altamira, el Museo Nacional de Arte Romano, en Mérida, el Museo Nacional de Escultura, en Valladolid y el Museo Nacional de Arqueología Subacuática, en Cartagena.

#### **b) Lugares religiosos.**

España cuenta, dentro de su patrimonio arquitectónico, con recintos que se visitan como lugares de culto católico, tales como el Monasterio de Santo Toribio de Liébana en Cantabria, El Monasterio de Montserrat en Cataluña, la Ermita de la Virgen del Rocío en Huelva y sobre todo la Catedral de Santiago de Compostela, que es uno de los tres grandes centros de peregrinación cristiana a nivel mundial. Durante el año 2017 recorrieron las rutas jacobeanas 301.006 peregrinos, un 8,3% más que en el año anterior.

Otro atractivo turístico religioso que oferta España es La Semana Santa, declarada como Fiesta de Interés Turístico Internacional en muchas de las localidades de la geografía española, por sus procesiones, tamborradas, vía crucis, tallas, etc. Destacan entre otras, la de Sevilla, Málaga, León, Valladolid y Zamora.

#### **c) Gastronomía.**

La gastronomía también forma parte de la oferta turística cultural; es un atributo diferenciador de la Marca España, política de Estado con la que se pretende mejorar la imagen de España en el extranjero.

---

<sup>17</sup> La Estadística de Museos y Colecciones Museográficas se realiza cada dos años.

La tradición española de las tapas, los restaurantes de cocina tradicional o los restaurantes de alta cocina son un reclamo importante para el turismo. Como también lo son las ferias donde pueden degustarse productos típicos de la región y las actividades relacionadas con la visita a productores, tanto primarios como secundarios (rutas por las dehesas donde se crían los cerdos ibéricos; visita a las almazaras donde se elabora el aceite de oliva virgen, a las bodegas de vino, a los cultivos de azafrán, etc.)

Por otra parte, la Dieta Mediterránea está declarada Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, no solo por la alimentación de que se compone sino también como elemento cultural que propicia la interacción social.

#### ***d) Espacios temáticos.***

España cuenta con numerosos parques temáticos con ofertas de ocio para todas las edades entre los que cabe destacar Port Aventura, en Tarragona, que fue el primer parque temático abierto en España y el que recibe mayor número de visitantes, más de tres millones al año. Dispone de atracciones temáticas dedicadas a las culturas más exóticas del mundo, un parque acuático, un campo de golf, varios hoteles temáticos y muchos espectáculos cada día.

Otros parques temáticos son, entre otros, el Parque Warner de Madrid, dedicado al mundo del cine y a los personajes de la compañía Warner y Terra Mítica, en Benidorm, dedicado a las antiguas civilizaciones del Mediterráneo, como Roma, Grecia y Egipto.

## **5.2. Infraestructuras turísticas.**

Las infraestructuras son los componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad turística.

España posee una de las mejores infraestructuras del mundo en las que destacan los grandes aeropuertos y los kilómetros de red ferroviaria de alta velocidad. Estas infraestructuras han contribuido a que sea líder en Competitividad de Viajes y Turismo en el año 2017.

#### ***k) Infraestructuras aéreas.***

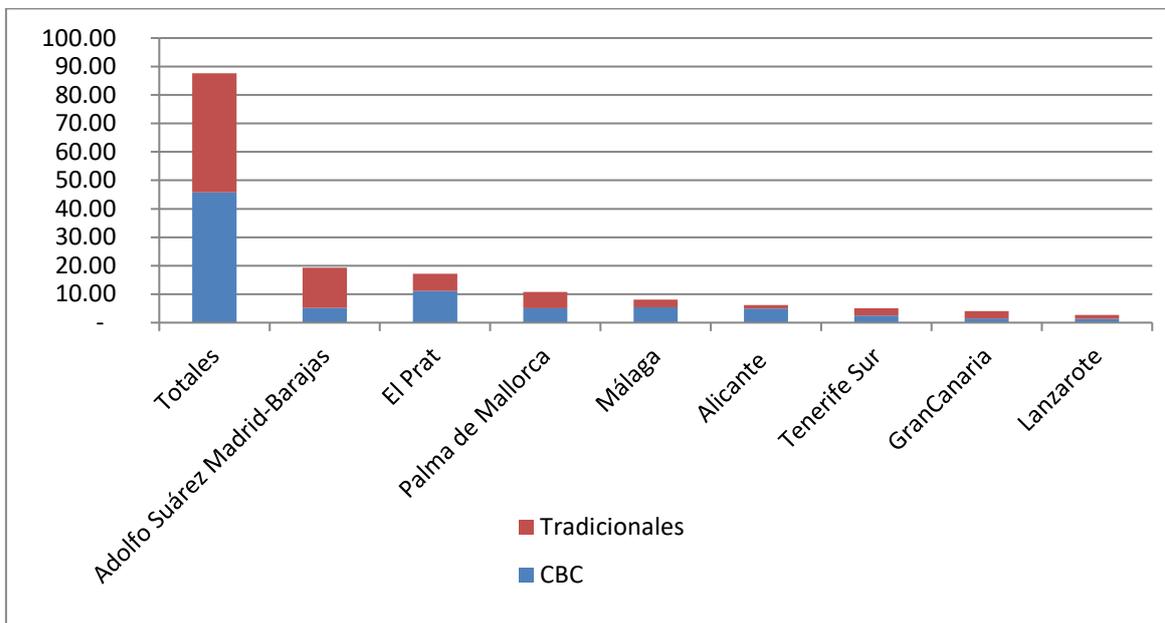
Las infraestructuras aéreas españolas ocupan el noveno puesto a nivel mundial, en la valoración del Foro Económico Mundial publicada en 2017; esto es debido a las importantes conexiones que ofrecen sus 48 aeropuertos; entre ellos, el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas y El Prat de Barcelona destacan por el número de pasajeros que registran, por sus instalaciones, por la calidad del servicio que prestan en cuanto a puntualidad y proceso de facturación.

Según las estadísticas ofrecidas por Turespaña, en el año 2017 llegaron a España 87,6 millones de pasajeros de vuelos internacionales (tanto residentes como no residentes en España), más de la mitad de ellos, 45,82 millones, utilizó compañías aéreas de bajo coste (CBC), lo que supone un incremento anual del 13,4%. Las compañías tradicionales experimentaron un menor incremento, el 3,2%.

Los usuarios mayoritarios de CBC proceden de Reino Unido, los cuales representan el 36,1% de los usuarios totales de estas compañías; mientras que los usuarios mayoritarios de las compañías aéreas tradicionales, el 21,2%, proceden de Alemania.

Por aeropuertos, como puede apreciarse en el gráfico 13, el del Prat fue el que más viajeros recibió de CBC, el 24,2% de los que viajaron con esas compañías, mientras que el Adolfo Suarez Madrid- Barajas fue el que recibió el mayor porcentaje de viajeros de líneas tradicionales, el 33,8% de los que utilizaron estas aerolíneas.

**Gráfico 14: Pasajeros de compañías aéreas en 2017 (en millones).**



Fuente. Elaboración propia con datos de Turespaña.

### ***b) Red Ferroviaria.***

En cuanto a la red ferroviaria, España destaca tanto por el número de líneas y kilómetros en servicio y en construcción, como por el papel que desempeñan las nuevas tecnologías en la coordinación del tráfico ferroviario.

España cuenta con 17.932 kilómetros de ferrocarril, por los que circulan cada día más de 5000 trenes de pasajeros y mercancías. Para controlar y coordinar las salidas, llegadas y cruces de trenes esta la red de Centros de Gestión de Tráfico que cuenta con sistemas de telecomunicaciones de explotación propia.

De los kilómetros totales de ferrocarril, 3.152 pertenecen a trenes de alta velocidad que conectan varias de las principales ciudades. En infraestructura de Alta velocidad ferroviaria España es el segundo país del mundo en cuanto a kilómetros AVE, solo superado por China.

### ***c) Otras infraestructuras de transporte.***

Las infraestructuras aéreas y ferroviarias se completan con 165.483 kilómetros de carreteras, según los datos publicados en el Catálogo del Ministerio

de Fomento (2016). De esos kilómetros 17.109 se corresponden con vías de gran capacidad (autopistas, autovías y carreteras multicarril), lo que supone un porcentaje sobre el total superior al 10%, mientras que la media en Europa no llega al 2%.

Además España cuenta con 29 puertos, entre los que destacan por volumen de pasajeros los de las Islas Baleares, Santa Cruz de Tenerife, Bahía de Algeciras, Barcelona y Las Palmas.

En lo que a cruceros se refiere, España es la segunda potencia europea en número de pasajeros. Los puertos que reciben más cruceristas son Barcelona, Islas Baleares, Málaga, Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas.

#### ***d) Infraestructuras de comunicación.***

España, además de poseer una de las mejores infraestructuras de transporte, destaca también en infraestructuras de telecomunicaciones, siendo líder a nivel mundial en fibra óptica de alta velocidad. Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC, 2018) España cuenta con 14,5 millones de líneas de banda ancha, de las que 6,6 millones son de fibra óptica.

Las tecnologías de la información y la comunicación, sobre todo el acceso a internet, han provocado un cambio en las relaciones entre la oferta y la demanda turística. El sector ha pasado de estar controlado por lo que ofertaban las empresas turísticas a estar dominado por la demanda de los turistas, la mayoría de los cuales utilizan internet para buscar información sobre sus destinos, organizar su viaje e incluso compartir sus experiencias.

Las infraestructuras en transporte y comunicaciones, unidas a una oferta hotelera de calidad, han favorecido el turismo de reuniones y congresos en las principales ciudades españolas. La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones<sup>18</sup> sitúa a España en el cuarto puesto del ranking mundial que lidera EEUU, seguido de Alemania y Reino Unido, en 2017. Por ciudades, Barcelona ha pasado a ocupar la primera posición, que hasta ahora ocupaba París, al acoger 195 eventos de este tipo. Madrid ocupa el séptimo lugar.

---

<sup>18</sup> Organización cuya finalidad es intercambiar información a nivel mundial sobre congresos y convenciones relacionados con la actividad turística.

### 5.3. Empresas turísticas.

Las empresas turísticas son aquellos establecimientos cuya actividad principal consiste en atender directamente las necesidades del turista. (OMT, 2010)

La industria turística la constituyen empresas de distintos sectores como el alojamiento, la restauración, el transporte, el alquiler de vehículos, las agencias de viajes, los servicios deportivos y recreativos y las industrias culturales. En España la mayoría pertenecen al ámbito de pequeñas y medianas empresas. (CST)

#### **a) Alojamientos turísticos.**

España posee una variada y abundante oferta de alojamientos turísticos que el análisis realizado por el INE agrupa en cinco categorías: establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campings, alojamientos de turismo rural y albergues. Debido a la estacionalidad del turismo la apertura de estos alojamientos varía en función de la época del año, siendo julio y agosto los meses en los que hay más establecimientos abiertos y en los que el grado de ocupación es mayor.

La tabla 15 nos muestra medias anuales, tanto de establecimientos abiertos y de plazas ofertadas como de grado de ocupación de las mismas. Podemos observar que los establecimientos hoteleros son los más demandados y los que ofertan un mayor número de plazas. De los 1,47 millones de plazas medias estimadas se ocuparon en el año 2017 un 61,14%. En esta categoría se incluyen hoteles de una a cinco estrellas y hostales de una a tres estrellas. Las CCAA con más establecimientos hoteleros abiertos son: Andalucía, con una media de 2.456; Cataluña, con una media de 2.234 y Galicia, con una media de 1.483.

El tipo de alojamiento que ha experimentado un mayor incremento en el número de plazas ofertadas es el albergue (el 11,40%), este es un tipo de alojamiento low-cost que surgió en enclaves rurales con apenas infraestructuras, como una forma de conocer el medio natural y que se ha extendido al turismo urbano, con instalaciones en pleno centro de grandes ciudades. Las CCAA que más albergues poseen son Cataluña, con 38; Castilla la Mancha, con 23 y Castilla y León, con 22.

**Tabla 15: Oferta de alojamientos turísticos en 2017. (Medias anuales provisionales)**

	Media de establecimientos abiertos	Plazas medias estimadas <sup>19</sup>	Grado de ocupación por plaza	Variación interanual de plazas ofertadas
Establecimientos hoteleros	14.659	1.472.641	61,14%.	-0,68
Apartamentos turísticos	134.561	519.464	40,80%.	6,96
Campings	763	153.061	40,23%.	-1,13
Alojamientos de turismo rural	16.283	154.904	19,20%.	3,43
Albergues	217	24.194	30,01%.	11,40

Fuente: Elaboración propia con datos del INE

Los apartamentos turísticos también han aumentado, la variación ha sido del 6,96%. Las CCAA con más apartamentos turísticos son: Canarias, con 47.382, Comunidad Valenciana, con 27.659 y Andalucía, con 18.564. Este tipo de alojamiento es mayoritariamente utilizado por familias con estancias superiores a la media y que valoran sobre todo el precio, al ser más económico que el de los establecimientos hoteleros y la libertad, sobre todo si tienen niños pequeños.

Los alojamientos de turismo rural son los que registran un menor grado de ocupación, el 19,20%, pese a lo cual la oferta de plazas se ha incrementado en relación al año anterior. La escasa ocupación se debe a que se promovió su apertura con subvenciones para fijar la población al medio rural y proliferaron masías, cortijos y caseríos rehabilitados para esta finalidad, sin tener en cuenta otros aspectos como conocimiento del mercado turístico o técnicas de marketing. La demanda se reduce normalmente a fines de semana. Las CCAA con más alojamientos de tipo rural son: Castilla y León, con 3.429; Andalucía con 2.039 y Cataluña con 2.006.

En cuanto a los campings, mantienen un grado medio de ocupación aceptable, más del 40% y son los que más evidencian la estacionalidad del sector al permanecer cerrados en los meses no estivales más del 30%. La mayoría se encuentra en un entorno de playa, aunque también los hay en zonas de interior y de montaña. Las CCAA donde más abundan son: Cataluña, que cuenta con una media de 192 campings abiertos, Andalucía, con una media de 118 y Comunidad Valenciana, con una media de 109.

### ***b) Agencias de viajes y operadores turísticos.***

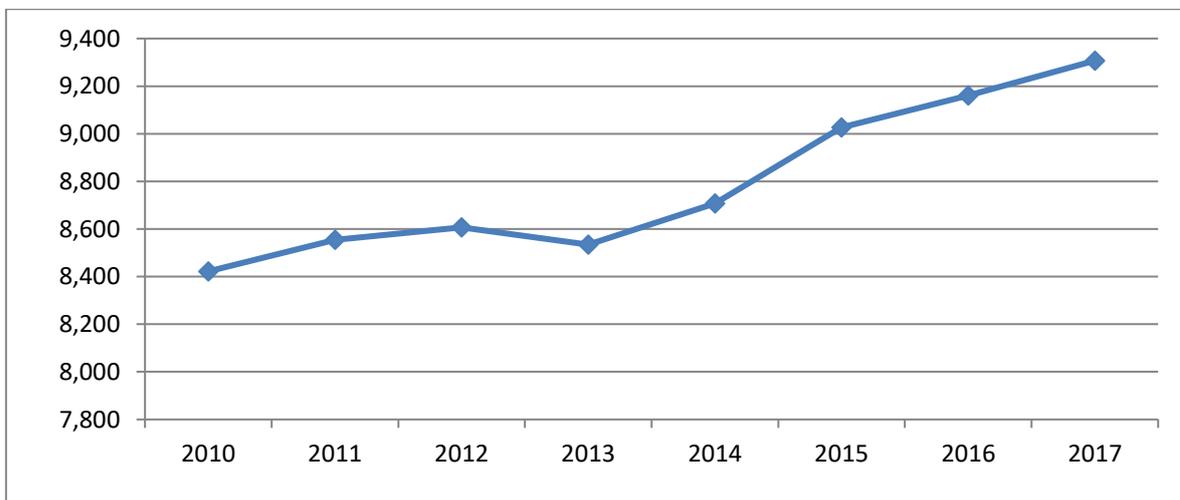
<sup>19</sup> En el caso del camping es la media de parcelas, en el resto la media de plazas

Las agencias de viajes son empresas que hacen de intermediarias entre sus clientes y empresas transportistas y hoteleras. Ofrecen sus servicios a cambio de un porcentaje o de una comisión, al favorecer las condiciones de contratación de productos y servicios relacionados con el viaje (OMT, 2010).

“Los operadores turísticos son empresas que combinan dos o más servicios de viajes (transporte, alojamiento, comidas, esparcimiento, visitas a lugares de interés turístico) y los venden a través de agencias de viajes, o directamente a los consumidores finales como un producto único (denominado paquete turístico) por un precio único”. (OMT, 2010, p.63)

A pesar de que cada vez son más las personas que reservan sus viajes a través de internet, la evolución del número de empresas de este sector es positiva. El gráfico 15 nos permite observar que a partir del año 2013 la variación positiva ha sido continuada, llegando a contabilizarse en el año 2017 un total de 9.307 (agencias y operadores). Lo mismo ha ocurrido con la creación de puestos de trabajo que esas empresas han generado, que con una tasa de variación anual del 6,1% han llegado a los 59.047 empleados.

**Gráfico 15: Evolución de agencias de viajes y operadores turísticos, 2010-2017.**



Fuente. Elaboración propia con datos de El Portal de Estadísticas (Statista)

La distribución de este tipo de empresas entre las CCAA es muy desigual, más de la mitad se concentran en sólo tres comunidades: Madrid, que cuenta con 1.832 empresas, Cataluña, con 1.654 empresas y Andalucía, con 1.624.

### ***c) Servicios deportivos y recreativos.***

Los servicios deportivos y recreativos ofertan actividades que se desarrollan en el medio natural y que ya mencioné en el apartado de los recursos naturales: escalada, montañismo, senderismo; actividades que se deben realizar de manera respetuosa con el medio ambiente.

También proporcionan actividades asociadas con el agua, como el submarinismo, la pesca, el surf, windsurf y kitesurf, la vela, el descenso de ríos y barrancos, el piragüismo, etc.

Muchos hoteles ofertan servicios relacionados con la cultura del agua, que van desde la tradicional piscina hasta el spa o balneario. Otros poseen o están cerca de campos de golf y de estaciones de esquí, para facilitar la práctica de estos deportes.

El golf es un deporte que resulta muy relevante con relación a la actividad turística ya que quienes lo practican realizan un gasto por encima de la media. España es uno de los principales destinos turísticos europeos para practicar este deporte, cuenta con 380 campos de golf, la mayor parte de los cuales se encuentran en Andalucía, donde destacan Valderrama y Sotogrande, los dos en Cádiz. Otros campos importantes son el Club de Campo Villa de Madrid y el Prat en Cataluña.

Para los que gusten de practicar deportes de invierno, como el esquí, España cuenta con sistemas montañosos idóneos para la práctica de este deporte. Entre las estaciones de esquí más importantes se encuentra Sierra Nevada, en Granada; Baqueira Beret, en el Pirineo Catalán de Lérida y Cerler en el Pirineo Aragonés de Huesca.

Para practicar turismo náutico España cuenta con 321 puertos deportivos y clubs náuticos para desarrollar y promocionara actividades náuticas de tipo recreativo o competitivo.

Un producto novedoso incorporado en el turismo activo es el Outdoor Training, utilizado por las empresas para, a través de actividades deportivas de aventura, realizadas en el medio natural, desarrollar actitudes y valores en sus empleados que sirvan para potenciar la productividad y la capacidad competitiva de la empresa.

Los servicios deportivos anteriormente mencionados están relacionados con el turismo activo, pero también los hay relacionados con el turismo deportivo pasivo, estos servicios ofrecen la posibilidad de ver deporte como un espectáculo, en vez de practicarlo.

Hay eventos deportivos que tienen la capacidad de atraer un gran número de aficionados, por lo que los lugares en que se realizan los utilizan como reclamos turísticos, como por ejemplo el Gran Premio de Fórmula 1, el Gran Premio Moto GP, la Vuelta Ciclista a España, ...

## 6. IMPACTO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA DE ESPAÑA.

El turismo puede ser considerado una actividad transversal, ya que implica la participación de diferentes sectores de actividad productiva. Por este motivo no aparece como tal en las cuentas nacionales que muestran los indicadores macroeconómicos básicos, como la aportación al PIB, al empleo y al equilibrio de la Balanza de Pagos.

Para analizar los indicadores macroeconómicos del turismo debemos recurrir a los datos aportados por la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) la cual reordena los datos de las cuentas nacionales y los amplía con datos de otras fuentes, como el Banco de España.

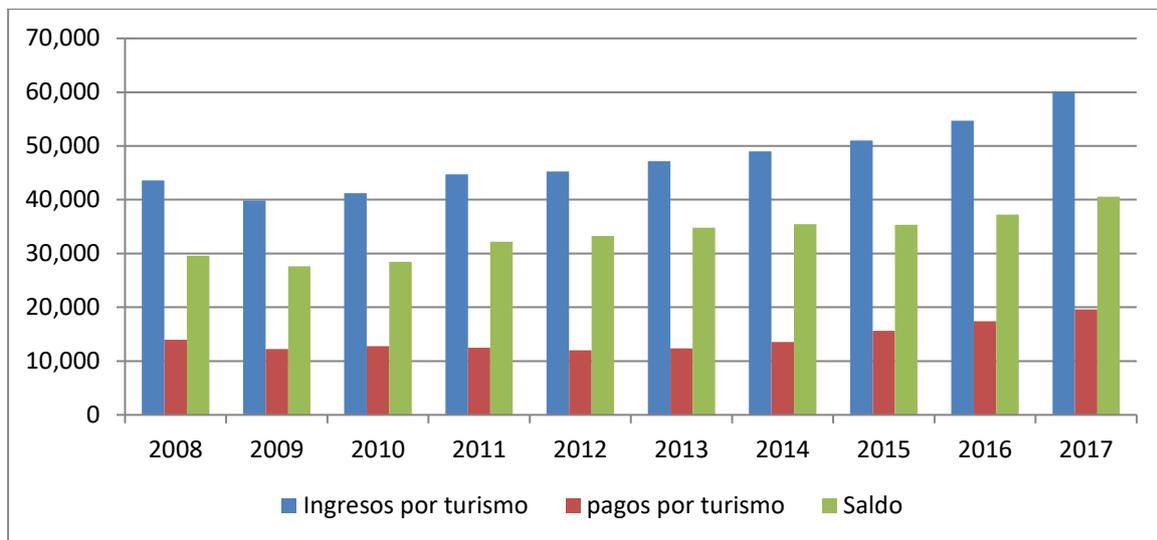
### 6.1. Balanza de Pagos.

Para poder valorar la relevancia del turismo en la balanza de pagos hay que tener en cuenta los datos relativos a los ingresos por turismo receptor y los desembolsos llevados a cabo fuera de España por los turistas residentes. Los ingresos por turismo se refieren al gasto de los turistas internacionales que revierte a España, no incluye el gasto realizado en el origen, por lo que difiere del gasto contabilizado en la encuesta Egatur.

Según datos aportados por el Banco de España, en el año 2017 el dinero desembolsado por los turistas extranjeros que revirtió a España, fue de 60.161 millones de euros, un 10,1% más que en 2016, mientras que los pagos realizados por los españoles fuera del país fueron de 19.601 millones, un 12,4% más que en 2016. Por tanto, el sector turístico registró un superávit de 40.560 millones de euros, un 9% más que en 2016.

En el gráfico 16 podemos observar como en los últimos 10 años los ingresos por turismo han estado por encima de los pagos. Tradicionalmente el turismo ha compensado una parte del déficit comercial español.

**Gráfico 16: Evolución de la balanza de pagos del turismo en España. 2008-2017.**

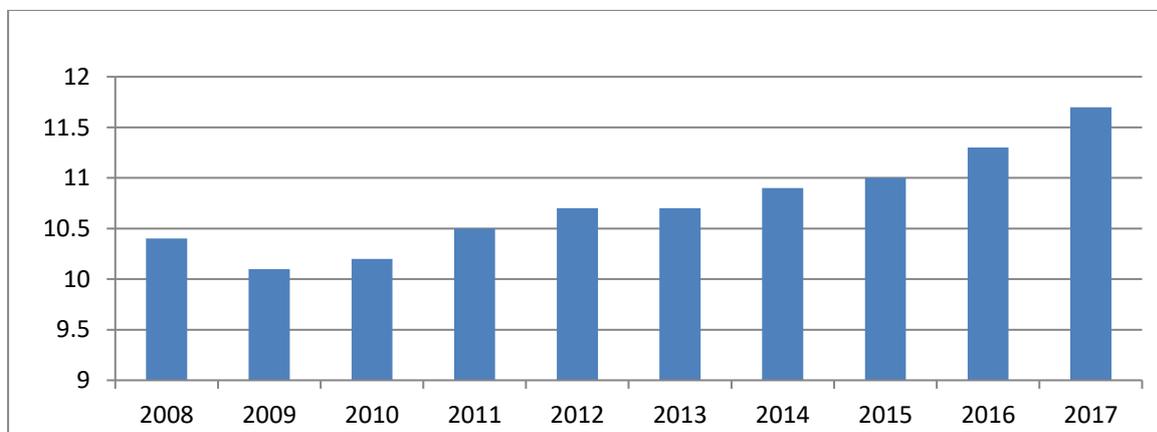


Fuente: Elaboración propia con datos de Turespaña

## 6.2. Aportación al PIB.

La Cuenta Satélite del Turismo de España estima en 137.020 millones de euros la aportación del turismo a la economía española en el año 2017, lo que supone una contribución al PIB del 11,7%.

**Gráfico 17: Porcentaje de la contribución del turismo al PIB. 2008-2017.**



Fuente: Elaboración propia con datos de la CSTE.

El gráfico 17 nos permite observar la evolución de la contribución del turismo al PIB en los últimos 10 años. Podemos apreciar los efectos de la crisis económica en 2009, año en el que el descenso de turistas internacionales y la disminución del turismo interno hicieron que la contribución del turismo a la economía fuera la mínima del periodo. A partir del 2010 se ha ido incrementando progresivamente dicha contribución.

### **6.3. Crecimiento económico.**

El aumento de la demanda turística en 2017 ha provocado un crecimiento en el sector empresarial. La mayoría de las empresas turísticas españolas han elevado sus ventas un 6,9% de media según la Encuesta de Confianza de EXCELTUR (2018). Los mayores incrementos en ventas se han producido en las empresas de transporte, sobre todo en las de alquiler de coches, que aumentaron sus ventas en un 9,9% en relación al año 2006 y en los hoteles urbanos que tuvieron un incremento de ventas del 8,1%. También crecieron por encima de la media (un 7,9%) las empresas de ocio: parques de ocio, museos, monumentos y campos de golf.

Pero no solo se han visto afectadas las empresas de servicios turísticos. El aumento del consumo de bienes y servicios turísticos hace que las empresas que los suministran aumenten el pedido a sus proveedores y estos a su vez necesitan comprar más insumos a otros, alargándose la cadena de valor hasta alcanzar a gran parte de la industria.

### **6.4. Contribución al empleo.**

Según las estadísticas elaboradas por Turespaña con datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, en el año 2017 las actividades características del turismo emplearon, como puede apreciarse en la tabla 16, a una media de 2.297.331 personas, un 4,7 más que en 2016.

**Tabla 16: Afiliados en alta laboral en 2017, en las activid. características del turismo**

Total trabajadores	Servicios de Alojamiento	Servicios de comidas y bebidas	Agencias de viajes y operadores turísticos	Otros servicios
2.297.331	310.942	1.252.642	59.047	674.700

Fuente: elaboración propia con datos del Ministerio de Empleo y SS

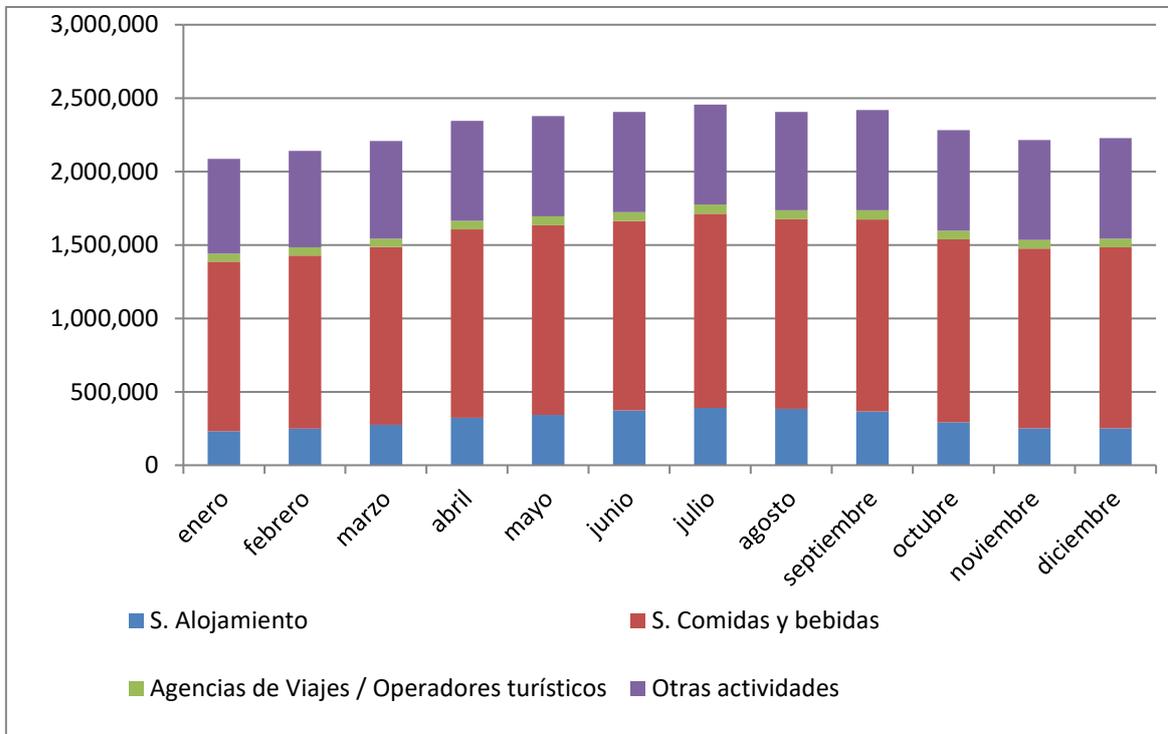
La mayoría de los afiliados son asalariados (1.819.139) y también son los que experimentan un mayor incremento (5,9%). Los autónomos (478.192) sólo aumentaron en un 0,6%.

Los servicios de comidas y bebidas son los que tienen más trabajadores, pero los sectores que tuvieron una tasa de variación más alta fueron los servicios de alojamiento (6,4%) y las agencias de viajes y operadores turísticos (6,1%).

La contribución del turismo al empleo varía en función de la época del año y es muy desigual en las distintas CCAA en las que el peso del empleo en el sector turístico es mayor son Islas Baleares, Canarias, Cataluña, Andalucía, comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana.

Dado que el turismo tiene un componente estacional, el número de empleos que genera varía a lo largo del año. Como podemos apreciar en el gráfico 18, a lo largo del año 2017 la cifra osciló entre los 2.457.138 empleados en el mes de julio y los 2.086.721 empleados del mes de enero, por lo que muchos empleos son temporales.

**Gráfico 18: Media de afiliados en alta laboral en 2017 en actividades características del turismo.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Empleo y SS

## 7. TURISMO Y SOSTENIBILIDAD

Según la OMT la gestión de los recursos turísticos ha de respetar la cultura, la diversidad biológica y los procesos ecológicos esenciales de las zonas en las que se realiza. El turismo sostenible es el que “satisface las necesidades presentes de las regiones y de los turistas protegiendo y mejorando las oportunidades del futuro”. (OMT, 1993)

Las actividades relacionadas con el turismo en España, además de producir unos efectos positivos sobre la economía del país, también han ocasionado unas consecuencias sociales y medioambientales no deseables.

### 7.1. Consecuencias sociales.

Algunos destinos turísticos españoles han incrementado tanto la afluencia de turistas en verano que se han saturado, ocasionando serios problemas a la población autóctona, tales como la subida de precios generalizada y la escasez y carestía de la

vivienda. Estos problemas han provocado actividades de contestación social en ciudades como Barcelona, Palma de Mallorca e Ibiza. Esta ciudad ha multiplicado por 11 su población en verano y la escasez de alojamientos unida a los precios desorbitados ha provocado que sea difícil cubrir plazas de personal sanitario y de otros servicios relacionados con el orden público, ya que los sueldos no llegan a cubrir el coste del alojamiento (El Mundo, 2017).

Para evitar o frenar estos efectos indeseados del turismo las autoridades locales de algunas ciudades ya están tomando medidas, por ejemplo, en Barcelona se ha incrementado el control para detectar pisos turísticos ilegales y se ha prohibido construir más hoteles en el centro, en Málaga se han creado puntos de interés turístico fuera del casco antiguo y se han diversificado los puntos de llegada de los cruceristas. (El país, 2017).

Desde las administraciones y también desde el sector privado se está potenciando un turismo de interior (cultural, urbano, gastronómico, de compras, de salud) para diversificar la oferta, con lo cual además de disminuir la masificación de las zonas de playa se minimiza la estacionalidad turística.

## 7.2. Consecuencias medioambientales.

Si algo ha caracterizado al turismo de masas ha sido la ausencia de sensibilidad ambiental. Los objetivos de las empresas consistían en aumentar los beneficios sin importar a costa de qué. Por su parte, este tipo de turistas solo se preocupaba por su propio bienestar y comodidad sin pensar en las consecuencias que su comportamiento podía tener sobre el medio ambiente.

Después de las recomendaciones surgidas tras la celebración de la Conferencia de Río de 1992 se ha ido produciendo una sensibilización progresiva de la población en general y de los implicados en el sector turístico en particular. No obstante, la ampliación de la oferta turística con la explotación cada vez mayor de espacios naturales puede suponer un riesgo añadido para la biodiversidad y para el medio ambiente si no se toman las medidas preventivas adecuadas.

En España, algunos espacios naturales como las Islas Cíes tienen un acceso limitado en el número de visitantes, pero en otros casos como el del parque natural de Cabo de Gata se permitió construir un hotel de más de 400 habitaciones, cuando en

estos espacios sólo debería permitirse el pequeño alojamiento, que ejerce un menor impacto ambiental sobre la zona (Grenpeace, 2014).

Tanto desde la administración pública como desde los sectores privados se proponen compatibilizar la maximización del benéfico económico y la minimización de los impactos socioculturales sobre residentes y turistas, así como la protección e incluso la mejora del medio ambiente natural, pero en la mayoría de los casos las acciones realizadas en el sector turístico para minimizar los efectos nocivos sobre el entorno han consistido en tomar medidas de eficiencia energética por parte de los establecimientos hoteleros: ahorro de agua, de electricidad o de combustibles. Medidas que por otra parte, en la mayoría de los casos, se han tomado para beneficiarse de la imagen de cara a los clientes potenciales.

El Plan de Turismo Español Horizonte 2020 establece como uno de los objetivos prioritarios del sector, la mejora de la sostenibilidad, que se encuentra muy afectada a causa de los desequilibrios ocasionados, sobre todo, por el modelo urbanístico aplicado en los destinos turísticos más demandados.

La gestión sostenible de las zonas turísticas requiere que se tomen medidas medioambientales, económicas y culturales. Las medidas medioambientales deben ir encaminadas a conseguir una gestión energética eficiente (utilización de lámparas led, sensores de movimiento para calibrar la intensidad de la luz en espacios públicos, reciclaje de basuras, ...) y a utilizar las energías renovables. Para mejorar la economía de la zona se debe promocionar el comercio y la industria local como un elemento diferenciador del destino y se debe invertir en I+D+i en busca de soluciones cada vez más eficientes y competitivas. En el aspecto cultural se deben crear espacios en los que el visitante tome contacto con las tradiciones locales y se debe valorar el patrimonio arquitectónico para su cuidado y preservación (Segitur, 2015).

Son varias las ciudades españolas que han puesto en marcha algunas de esas medidas para mejorar la sostenibilidad, por ejemplo, en la isla de El Hierro se ha construido la central hidroeléctrica de Gorona del Viento que puede proporcionar gran parte de la energía que se consume en la isla (aunque fue diseñada para que abasteciese a la isla de toda la energía necesaria). El Ayuntamiento de Castelldefells ha creado la marca Made in Castelldefells con el fin

de promocionar a artesanos, artistas y productores locales, dando a conocer a los visitantes el trabajo que hacen y ofreciendo productos originales elaborados en la localidad. Por otra parte, cada una de las ciudades Patrimonio de la Humanidad cuenta con una app accesible a través de teléfonos móviles inteligentes, que contiene diversas rutas temáticas o geográficas con información sobre los principales monumentos, festividades y tradiciones del lugar, para concienciar a los usuarios sobre el patrimonio.

## 8. CONCLUSIONES

Los datos analizados sobre el sector turístico español en el año 2017 permiten extraer las siguientes conclusiones:

- España es una gran potencia turística. Lidera el Índice de Competitividad Turística que determina el Foro Económico Mundial y ocupa la segunda posición como receptor de turistas internacionales, por detrás de Francia. En cuanto a ingresos turísticos, solo ha sido superada por EEUU.
- El sector turístico es crucial para el crecimiento económico del país. Las actividades turísticas han contribuido al PIB nacional en un 11,7%, han generado 2,30 millones de puestos de trabajo y un superávit de 40.560 millones de euros en la Balanza de pagos.
- Las claves del éxito turístico español son la climatología y los recursos naturales y culturales que posee nuestro país, potenciados por una importante red de infraestructuras. España no cuenta con ninguna zona geográfica climatológicamente peligrosa, por lo que incluso en temporada baja el turismo es uno de los mayores activos de la economía. Es el país del mundo con más espacios naturales declarados Reserva de la Biosfera por la UNESCO y el tercero a nivel mundial con mayor número de bienes declarados Patrimonio de la Humanidad.
- El turismo de sol y playa es el más demandado y el que más ingresos genera. Se concentra en los meses de verano sobrecargando las infraestructuras turísticas que el resto del año permanecen infrutilizadas y masificando los destinos de más éxito en los que se han llegado a dar episodios de contestación social.
- Las alternativas al turismo de sol y playa van en aumento. Cada vez son más los turistas que llegan a este país atraídos por la cultura, el patrimonio, la gastronomía,

las compras, etc, como lo demuestra el hecho de que la mayor tasa de variación anual la hayan tenido destinos del interior.

- España es el lugar preferido por los británicos para hacer turismo. A pesar del Brexit, el grupo más numeroso de turistas extranjeros que nos visita procede del Reino Unido y son los que realizan un mayor gasto total. Realizan un turismo de sol y playa, viajan mayoritariamente en compañías aéreas de bajo coste y realizan un gasto por persona por debajo de la media.
- El turismo español se está haciendo hueco en nuevos mercados que tienen mayor capacidad de gasto. Los turistas procedentes de países del Lejano Oriente y de EEUU se incrementaron entre un 30 y un 40%. Practican un turismo de calidad y buscan destinos urbanos en los que realizar compras y actividades guiadas para visitar monumentos y museos.
- Los logros conseguidos en el sector han estado favorecidos por factores geopolíticos que han desviado a España turistas de países competidores, como Turquía, Egipto y Túnez, a los que la amenaza de atentados convertía en destinos poco seguros. Si la percepción de seguridad en esos países aumenta pueden recuperar su cuota de mercado y limitar la capacidad de crecimiento del turismo español.
- De cara al futuro el sector turístico tiene varios retos planteados:
  - Potenciar los mercados asiáticos y americanos que son emisores de un turismo de calidad, con acciones que mejoren la percepción de nuestras ciudades, mostrándolas como destinos seguros, respetuosos con el medio ambiente, con servicios excelentes y un personal cualificado que se vuelque en prestar un servicio impecable.
  - Impulsar el turismo de interior para que todas las CCAA puedan beneficiarse de la riqueza que el sector genera y que ahora se concentra en sólo seis de ellas. Con esto también se atenuarían los efectos de la estacionalidad turística y se descongestionarían las zonas costeras.
  - Diversificar la oferta turística para conseguir una mayor segmentación en el mercado, poniendo el énfasis en la naturaleza, la gastronomía, el arte, la cultura y el deporte. En la actualidad la marca España está asociada principalmente a un turismo de sol y playa y debe mejorar su posicionamiento reforzando los

atributos culturales, lo que requerirá un importante esfuerzo en comunicación, a través de la publicidad e internet (spain.info, uniquespain.travel)

- Minimizar los efectos de la estacionalidad, mejorando su posicionamiento en productos no estacionales como el city break o incluyendo modificaciones en la gestión de los enclaves turísticos, como por ejemplo ofreciendo tarifas más bajas para visitar los monumentos y museos en temporada baja.
- Compaginar cantidad y sostenibilidad, gestionando la llegada de turistas de forma que puedan convivir con los ciudadanos de manera sostenible. A la consecución de este objetivo puede ayudar el control a plataformas como Airbnb, para combatir el intrusismo de pisos turísticos ilegales, y la integración de los avances de las TIC en los destinos turísticos más demandados, dotándolos de inteligencia para que faciliten la movilidad de los visitantes.
- Mejorar la competitividad para no perder posiciones frente a países como Turquía, Egipto o Túnez que ofertan un turismo más económico.

## Bibliografía.

Acerenza, M. (8 septiembre de 2006, San Diego, California) *Conceptualización, origen y evolución del turismo*, pp 67-87

Adif. *Infraestructuras y estaciones*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2xODqob>

Aena. *Estadísticas de tráfico aéreo*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/1J2hYKZ>

Atrápalo (2018). *V informe de Hábitos y tendencias del turismo español*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2sCaFGf>

CNMC Data. *Estadística Trimestral IV 2017*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/1G03U09>

- Cobo, F.J. y Aparicio, M.S. (2014) Los parques nacionales españoles, catalizadores del turismo sostenible. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLVII, pp 512-534.
- Comunidad de Madrid. *Estrategia de Turismo 2016/2019*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2LgJvww>
- Direction Generale des Entreprises .*Le 4 Pages de la DGE*. Recuperado en abril de 2018 de <https://bit.ly/2VdGk1b>
- El Mundo (2017). *El turismo echa a los habitantes de Ibiza*. Recuperado en junio de 2018 de <https://bit.ly/2K9blgl>
- El País (2017). *Los destinos masificados toman medidas para que la llegada de turistas no los ahogue*. Recuperado en junio de 2018 de <https://bit.ly/2yzj7f3>
- El Rincón del Turista (2018) *Los 10 monumentos más visitados de España en 2017*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2JZJC2B>
- Europa Press (2018). *España cierra 2017 como su mejor año turístico rozando los 82 millones de turistas extranjeros*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2GzIprS>
- Exceltur (2017). *Urbantur 2016*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2Jgrh0D>
- Exceltur (2018). *Valoración turística empresarial del 2017 y perspectivas para 2018*. Recuperado en marzo de 2018 de: <https://bit.ly/2Gy7S4Z>
- Greenpeace (2018). *Algarrobo, símbolo de la destrucción de la costa*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2ItHj9h>
- Hosteltur (2018). *Las tendencias y destinos que marcarán los viajes de los españoles en 2018*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2DFOzWP>
- Hosteltur. *Los Parques Nacionales recibieron más de 15 millones de visitantes en 2016*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2LAuUff>
- Hosteltur. *Ranking de congresos 2017*. Recuperado julio 2019 de : <https://bit.ly/2S1p1eZ>
- INE. *Cuenta Satélite del Turismo en España. Serie Contable 2010-2016*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2sLE00f>
- INE. *Cuenta Satélite del Turismo en España. Serie Contable 2010-2017*. Recuperado en mayo de 2019 de: <https://bit.ly/2PTRKRz>

- INE. *Encuesta de Gasto Turístico. Notas de prensa*. Recuperado en julio de 2019 de:  
<https://bit.ly/32ivu9V>
- INE. *Encuesta de Turismo de residentes. Resultados*. Recuperado en mayo de 2018 de:  
<https://bit.ly/2J9OLDQ>
- INE. *Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera. Resultados*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2KG9Oef>
- MAPAMA (2017). El turismo de naturaleza en España. *Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado nº 9*. Recuperado en junio de 2018 de:  
<https://bit.ly/2JBfAxP>
- MAPAMA. *Red de Parques Nacionales. Visitantes*. Recuperado en julio de 2019 de:  
<https://bit.ly/2xFegWn>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2018). *Estadística de museos y colecciones museográficas 2016*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2XC3oCT>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2018). *Patrimonio Mundial en España*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2EnQemW>
- Ministerio para la transición ecológica (2019) *Red de parques nacionales: Visitantes*. Recuperado Julio 2019 de: <https://bit.ly/30obi4P>
- National Travel and Tourism Office: *Monthly arrivals to United States*. Recuperado en abril de 2018 de <https://bit.ly/2Wuggv3>
- Nogueras, M.A. *El deporte y el turismo. Una relación de ahora y para el futuro*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2sme7UF>
- Organización Mundial de Turismo (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo. 2008*. Recuperado en marzo de 2018 de:  
<https://bit.ly/2k9WIL6>
- Pelegrín, J. (2017). El AVE de un vuelco a la forma de viajar en España. *El país*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2LpXeQG>
- Portal de Turismo y Hostelería. *Glosario*. Recuperado en mayo de 2018 de:  
<https://bit.ly/2sjkY0Z>
- Portal oficial de turismo en España. *Senderismo*. Recuperado en julio de 2019 de:  
<https://bit.ly/2XBpOUR>

- Prieto, J (2015). Turismo cultural: el caso español. *Intenational Journal of Scientific Management and Tourism*. (Vol. 2, pp 95-114).
- Ramos, J.(2018). La historia de los parques de atracciones en España. *Lugares con historia*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2trNYV3>
- Spain.info España. Reservas de la biosfera de España. Recuperado en mayo de 2018 de <https://bit.ly/2kRwBJd>
- Spain.info España. *10 museos muy visitados en España*. Recuperado en mayo de 2018 de: <https://bit.ly/2IUbULn>
- Statista. *Número de empresas del sector de agencias de viajes y turoperadores España. 2010-2017*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2LC3ntW>
- Tourspain. *Plan de Turismo Español Horizonte 2020*. (2007). Recuperado en abril de 2018 de: <https://bit.ly/2GAzHcR>
- Turespaña. *Estadísticas. Balanza de Pagos. Información anual*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2YMIP8j>
- Turespaña. Estadísticas. *Compañía bajo coste. Nota de Coyuntura CBC. Diciembre 2017*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2apvlo7>
- Turespaña. Estadísticas. *Familitur. Informes dinámicos. Información anual*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2S78x55>
- UOC. *El turismo asiático en España*. Recuperado en junio de 2018 de: <https://bit.ly/2Hqbiao>
- Viaña D. (2018) El Mundo. *España: potencia económica mundial*. Recuperado en julio de 2019 de: <https://bit.ly/2xFgd4X>