



Universidad de Valladolid

**TRABAJO DE FIN DE GRADO
GEOGRAFÍA Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO**

“Análisis comparado de las políticas turísticas en las regiones de Castilla y León y Castilla-La Mancha”

Autor: **Manuel Ángel Jañez García**

Tutor: **Dr. D. José Luis García Cuesta**

Curso académico: **2014/2015**

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Justificación del Trabajo	5
1.2. Objetivos	6
1.3. Metodología.....	7
2. SÍNTESIS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA.....	9
2.1. Contexto y trascendencia de política turística	9
2.2. Marco y administración del turismo en España.....	15
2.2.1. La influencia de la Política Comunitaria en la legislación turística: Políticas estatales y europeas	15
2.2.2. Funciones y atribuciones turísticas: El Estado y la delegación de competencias	16
2.2.3. Desarrollo político reciente de España en materia turística.....	22
3. EL ESTUDIO DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS.....	30
3.1. El análisis comparado de políticas públicas.....	30
3.2. Una aproximación a los diversos enfoques metodológicos a la hora de realizar análisis comparados.....	32
3.2.1. El enfoque cuantitativo	32
3.2.2. Las técnicas cualitativas	33
3.2.3. El turismo como elemento “vertebrador” y la importancia de la interdisciplinariedad de la Geografía.....	35
4. LOS CASOS DE CASTILLA Y LEÓN Y CASTILLA-LA MANCHA.	37
4.1. La perspectiva geográfica y su influencia en la planificación de la política turística autonómica	37
4.2. Características y objetivos de la política turística de CyL; CLM.....	42
4.3. La singularización y las diferencias entre ambas estrategias turísticas	46
4.3.1. El posicionamiento firme de Castilla y León	47
4.3.2. La apuesta turística de Castilla-La Mancha.....	49
4.4. Evaluación de los resultados y el grado de especialización turística	51

4.4.1. El análisis sistematizado como método para comprender el desarrollo y la situación del sector turístico.....	51
4.4.2. Aplicación al caso comparado de CyL; CLM.....	53
4.4.3. Resumen de resultados por áreas temáticas	63
5. CONCLUSIONES.....	65
6. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.....	68
6.1. Bibliografía	68
6.2. Fuentes de Información	71
6.2.1. Legislación.....	71
6.2.2. Documentos Oficiales.....	72
6.2.3. Otros documentos	73
6.2.4. Sitios Web.....	74
7. ÍNDICE DE FIGURAS.....	75
ANEXO ACLARATORIO.....	76
ANEXO DE TABLAS	78

Siglas y abreviaturas

AAPP: Administraciones Públicas

AENOR: Asociación Española de Normalización y Certificación

AGE: Administración General del Estado

BdE: Banco de España

CCAA: Comunidades Autónomas

CLM: Castilla-La Mancha

CyL: Castilla y León

CyL; CLM: Castilla y León y Castilla-La Mancha

EGATUR/Egatur: Encuesta de Gasto Turístico

EELL: Entidades Locales

ETC: European Travel Commission (Comisión Europea de Turismo)

FAMILITUR/Familitur: Encuesta de movimientos turísticos de los españoles

FRONTUR/Frontur: Encuesta de movimientos turísticos en fronteras

ICTE: Instituto para la Calidad Turística Española

INE: Instituto Nacional de Estadística

IPA: Importance-Performance Analysis (Análisis de Importancia-Adecuación)

IET: Instituto de Estudios Turísticos

JCyL: Junta de Castilla y León

JCCM: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

MINETUR/Minetur: Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España

OMT: Organización Mundial del Turismo

OT: Ordenación del Territorio

SEGITTUR: Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas

SIG: Sistemas de Información Geográfica

SSA: Shift-Share Analysis (Análisis Shift-Share)

TFG: Trabajo Fin de Grado

TFUE: Tratado Fundacional de la Unión Europea

TURESPAÑA: Instituto de Turismo de España

UE: Unión Europea

1. INTRODUCCIÓN

La importancia del Turismo como una actividad fundamental por sus efectos económicos, sociales y culturales, lo ha convertido también en un producto de naturaleza condicionada y compleja por la cantidad de factores económicos y políticos que se combinan para darle forma o tratar de entenderlo y planificarlo, tanto desde la perspectiva pública como desde la privada. Bajo esa óptica, y asumiendo el carácter multidisciplinar de las políticas turísticas (Gómez, 1996; Echtner, 1997), la disciplina geográfica contribuye a afrontar un análisis desde diferentes enfoques y con distintas herramientas, a través del estudio comparado de sus disposiciones y efectos territoriales. Ese es –en esencia–, el fin último del presente Trabajo de Fin de Grado, que a través del análisis mixto que constituye el método geográfico tratará de aproximarse a la interpretación de las políticas turísticas –y sus resultados– desarrolladas por las Comunidades Autónomas de CyL; CLM.

1.1. Justificación del Trabajo

El trabajo se plantea bajo la exigencia de mostrar que se han obtenido las competencias básicas para el ejercicio profesional del geógrafo, y del mismo modo, las aptitudes y el conocimiento necesarios para desarrollar de manera óptima labores tanto técnicas como investigadoras en el ámbito de la Geografía, de acuerdo a las exigencias formales requeridas para la realización del presente TFG, y por tanto, para la obtención del Grado en Geografía y Ordenación del Territorio por la Universidad de Valladolid.

En el mismo contexto, pero con motivaciones distintas, éste trabajo constituye una experiencia fundamental para el perfeccionamiento de las distintas capacidades asimiladas en el ámbito académico, y cuyo fin no es otro que exponer como las mismas pueden ser realizadas de manera satisfactoria en un tema cuya elección es libre, y al que se pueden aplicar procedimientos y mecanismos que han sido adquiridos de manera auto-didacta.

Los factores que han llevado a la elección de un tema relacionado con la geografía humana en su ámbito turístico, y en particular, de las características y resultados de las políticas públicas (Ordenación, Planificación y Marketing Territorial, etc.) son fundamentalmente tres:

- En primer lugar, la predisposición personal hacia la geografía humana, y especialmente hacia los temas relacionados con la intervención pública y sus efectos en el medio social, económico y medioambiental.

- El notable interés que se ha despertado en el sector turístico –especialmente en las últimas décadas– como componente clave en la diversificación productiva a escala regional. Desde el punto de vista geográfico, el turismo, además de tener un reconocido potencial económico para autonomías de interior, las aplicaciones prácticas de la ordenación territorial, la planificación económica y todos sus instrumentos de estudio, gestión e intervención, cobran una creciente importancia, tanto en el ejercicio profesional del geógrafo como en su faceta investigadora.
- Por último, la importancia de los estudios regionales comparados, como elemento básico para comprobar el funcionamiento y los resultados de la diversidad de políticas públicas desarrolladas en un entorno político de características tan peculiares como es el español.

1.2. Objetivos

El objetivo principal, y guía del presente trabajo, es el de realizar una evaluación comparada de los resultados obtenidos tras la ejecución de las distintas políticas turísticas aplicadas por Castilla y León y Castilla-La Mancha, estableciendo a partir de la contextualización previa de éstas políticas, y de la mencionada evaluación, unas conclusiones que permitan aproximarse a la situación actual de ambas comunidades en materia turística.

En base a ello, el ámbito del trabajo se circunscribe al contexto y conceptualización del término “política turística”, de aquellos elementos que por su relación con el tema deban ser explicados y de sus efectos territoriales a través de la evaluación de los resultados obtenidos.

A partir de todo ello se han detallado una serie de objetivos específicos necesarios para la consecución del objetivo principal del TFG:

1. Tratar de esclarecer las causas que contribuyen a la falta de consenso y la generación de distintas interpretaciones sobre la política turística y su idiosincrasia como campo de estudio que incorpora diversas disciplinas.
2. Contextualizar la política turística en España, la distinción de competencias y cómo influye entre sí dicho contexto político-administrativo.
3. Recapitular los antecedentes recientes de la planificación turística ejecutada en el ámbito estatal, y como han contribuido a fortalecer –o debilitar–, las estrategias públicas desarrolladas por las autonomías estudiadas en el presente trabajo

4. Aplicar una metodología conveniente para sustentar el análisis comparado mediante la evaluación de los resultados generados por las distintas políticas turísticas autonómicas.
5. Analizar la relación existente entre la obtención de resultados positivos en el ámbito turístico, y la especialización territorial.
6. Concluir si los resultados obtenidos a partir de la aplicación de unas políticas turísticas determinadas por parte de las Comunidades Autónomas de CyL; CLM han influido en la consolidación de un modelo propio, creciente, qué constata una ganancia de competitividad entre ellas mismas, y con el resto de regiones.

1.3. Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo se ha recurrido a la aplicación de una metodología gradual cuya función es la de, en primer lugar, enmarcar de manera general el tema a investigar y los conceptos básicos para el entendimiento del mismo; posteriormente, centrarse en los elementos definidos por los objetivos específicos; y en último término, exponer las conclusiones obtenidas a partir de la realización efectiva de las etapas previas.

Para ello se ha hecho uso de una diversidad de fuentes tanto documentales como estadísticas y gráficas, en español e inglés, y cuya función es la de respaldar la argumentación seguida en el TFG.

La metodología del presente trabajo se corresponde con la siguiente estructura:

1. Recopilación, análisis y tratamiento de la información documental, legislativa y académica necesaria para el desarrollo de los apartados que tienen como objeto contextualizar las políticas turísticas. En la misma línea se ha elaborado, o hecho uso (debidamente referenciado), de un compendio de datos estadísticos, gráficos o cartográficos, con la intención de facilitar la visualización de los diversos resultados y ayudar en la posterior evaluación de los mismos.
2. Esquematización de la información previamente recogida en función del objetivo principal seleccionado y a partir de los distintos objetivos específicos diseñados para establecer el cuerpo del trabajo.
3. Síntesis del concepto de política turística, orientando el trabajo hacia la determinación del contexto político, sus especificidades y de cómo éste influye posteriormente a la hora

de realizar un estudio de los efectos turísticos, y por tanto, el vínculo existente entre la proyección territorial de la política y la geografía aplicada.

4. Realización del estudio comparado de los resultados obtenidos mediante la utilización de un análisis sistematizado que permita mostrar los efectos de las distintas políticas turísticas que CyL; CLM han desarrollado en los últimos años, obteniendo con ello una valoración provisional que será complementada con el cuerpo teórico examinado anteriormente.
5. Presentación de las conclusiones obtenidas tras la realización del trabajo y mediante el establecimiento de una valoración debidamente fundada y suficientemente interpretada, tratando de favorecer la visión rápida de las potencialidades o desequilibrios encontrados, pero también de las prioridades de las políticas turísticas planteadas, ya que todos estos elementos formarán parte de los resultados obtenidos tras el análisis crítico.

Para la realización del análisis sistematizado que sostendrá la evaluación comparada se ha decidido optar por una técnica estadística, cuya sistemática particular se explicará en su apartado correspondiente a partir de la elección justificada de una determinada metodología que se ajuste a las necesidades expuestas anteriormente. Se ha decidido escoger este método al entender que la valoración de los datos turísticos, que en conjunto representan el resultado de las distintas políticas desarrolladas, proporciona un respaldo más sólido de cara a la presentación de conclusiones. Tras estudiar diversas técnicas se ha resuelto elegir uno de los siguientes instrumentos que permiten formalizar conclusiones sin necesidad de recolectar datos primarios, de manera muy visual y razonablemente exacta a partir de datos estadísticos disponibles de manera general sobre una región. El primero de ellos es el análisis de “Importancia-Adecuación” (Importance-Performance) (Martilla; James, 1977), el segundo es el análisis “Shift-Share” (Esteban-Marquillas, 1972), ambos utilizados con anterioridad en estudios turísticos comparados en el campo geográfico. (J Bénitez, SC Yeto, 2011; Mir 2014; Shi y Yang, 2008; Talaya y otros, 2008).

2. SÍNTEISIS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA

2.1. Contexto y trascendencia de política turística

Al abordar un tema tan amplio y con tantos puntos de vista, como es el político, y particularmente aquello que atañe al turismo, lo primero que se debiera tratar de delimitar es qué se entiende, en primer lugar por turismo.

Entenderemos como turismo la definición que establece las Naciones Unidas en 1993: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros”. (Pérez, 2006). Reconociendo a partir de dicha definición la existencia de una actividad capaz de generar un impacto económico, conectar con el desarrollo de infraestructuras y servicios y transformar/aprovechar el patrimonio etnográfico y natural del medio en el que se plasme.

Es dicho aspecto el que lo convierte en parte activa de la estructura política, social y espacial, contribuyendo a destacar al turismo como un área de trabajo con aplicaciones prácticas muy interesantes. Pues de los distintos campos de estudio que lo abordan, y la diversidad de expresiones del mismo, se alimentan los diferentes efectos territoriales fruto de la ordenación y regulación de los comportamientos turísticos, de las exigencias de los usuarios, pero también, de la planificación del medio como soporte físico de la actividad turística, elementos que en conjunto, dotan de distinción a un destino turístico. (Baidal, 2000)

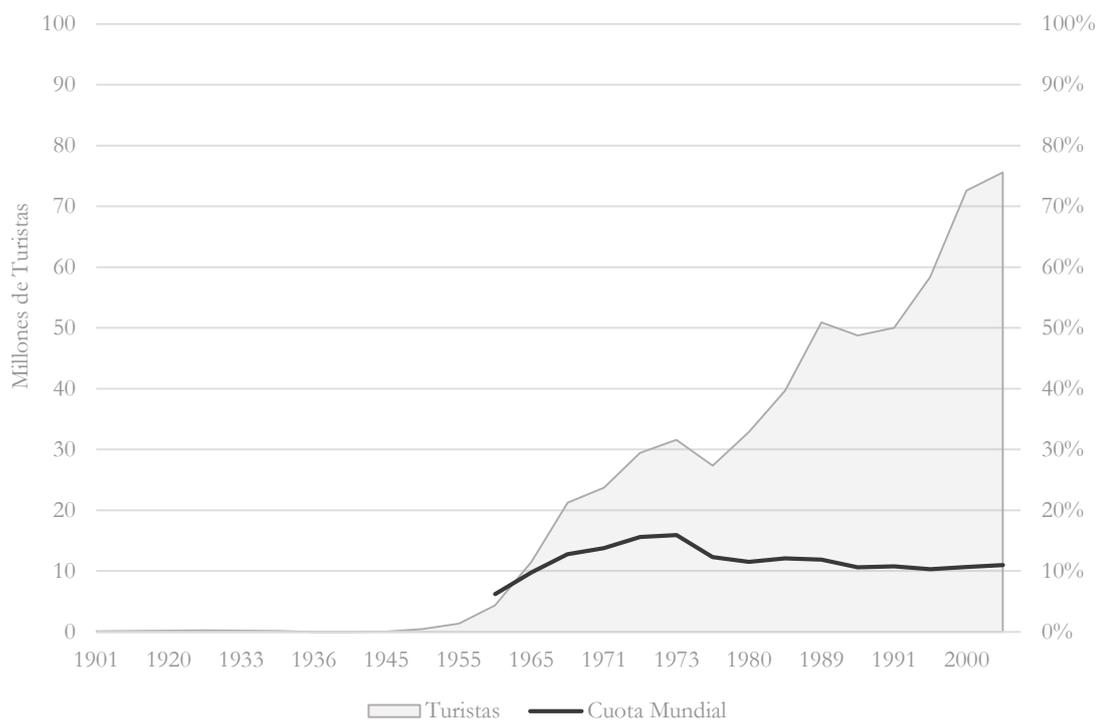
En conjunto, el turismo como actividad representa una de las mayores industrias mundiales y ocupa una posición central en muchas economías nacionales. La potencial diversificación y el continuado avance de sus indicadores lo convierten en uno de los sectores con un mayor crecimiento en el mundo. Para España, el turismo se ha constituido como un componente fundamental en el desarrollo económico tras la crisis generada con el derrumbamiento del sobrecalentado sector inmobiliario y los problemas derivados de la alta exposición que mostraba el sistema bancario; éste sector, el turístico, que se ha considerado intrínseco a la propia economía española y goza de una aparente buena salud, se ha vuelto a constituir como un elemento amortiguador en los tradicionales ciclos alcista-recesivos de la historia económica española. (Banco de España, 2013; Egatur, 2014)

El turismo español se desarrolló a partir de la primera década los años 60 del siglo pasado, cuando la dictadura franquista decide apostar por un modelo turístico concreto, qué genera

un impacto positivo en las cuentas nacionales y consigue empapar la propia cultura turística de los españoles y su percepción en el exterior.

En términos cuantitativos es a raíz del desarrollo producido durante la apertura exterior de finales de los años 50 e inicios de los 60, cuando los frutos combinados de la llegada de turistas, ingresos y la mejora de la balanza comercial impulsan la presencia española en el sector turístico internacional.

Figura 1: Turistas internacionales y participación de España en el turismo mundial



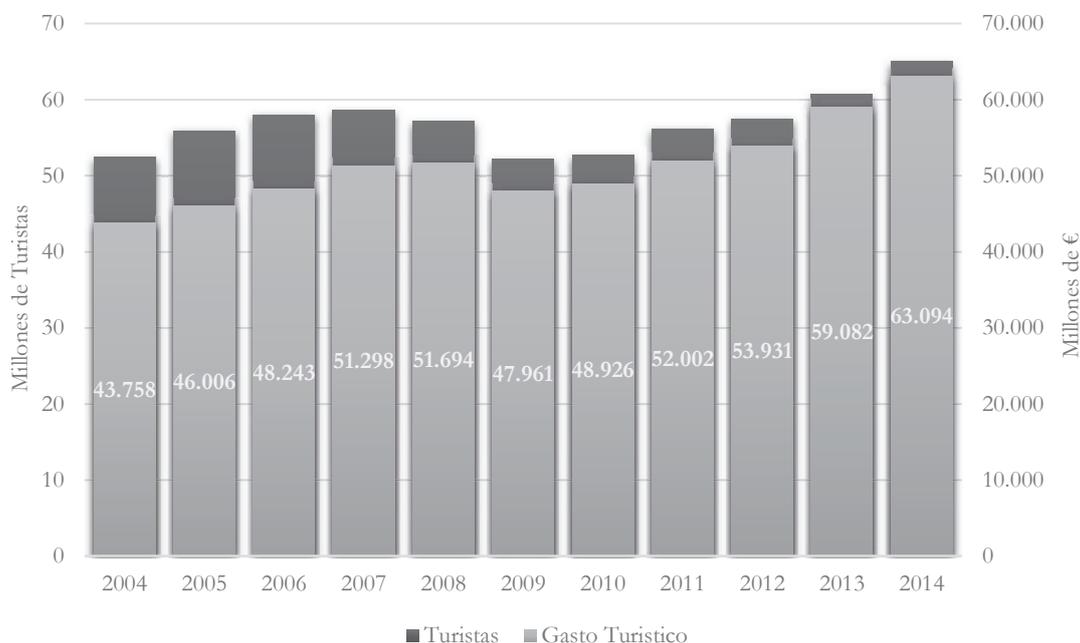
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OMT, el INE y el IET. 2015

Con este salto y hasta los años 90, con los períodos de caída (crisis del petróleo 1973) y la entrada en la Comunidad Económica Europea (1986), cuando el turismo de masas, pese a crecer (recuperación de la actividad durante finales de los 90), se despunta como una modalidad madura que da paso a diversos modelos de desarrollo turístico, que con mejor o peor acierto, han consolidado actividades alternativas en su aspecto *doméstico* (con distintas modalidades entre autonomías similares, regiones de interior y costeras, urbanas y rurales, etc.)

Con la entrada en el siglo XXI, es cuando el desarrollo turístico alcanza sus mayores (y mejores) cifras, exceptuando el impacto que tuvo la crisis financiera mundial (sentida entre 2010-2012) en los datos turísticos (turistas recibidos, gasto turístico, pernoctaciones, empleo,

etc.), que aun así no impidió la consolidación de España como un país de referencia en el panorama turístico internacional. (Palomeque, 2008)

Figura 2: Turistas internacionales y gasto turístico total, 2004-2014

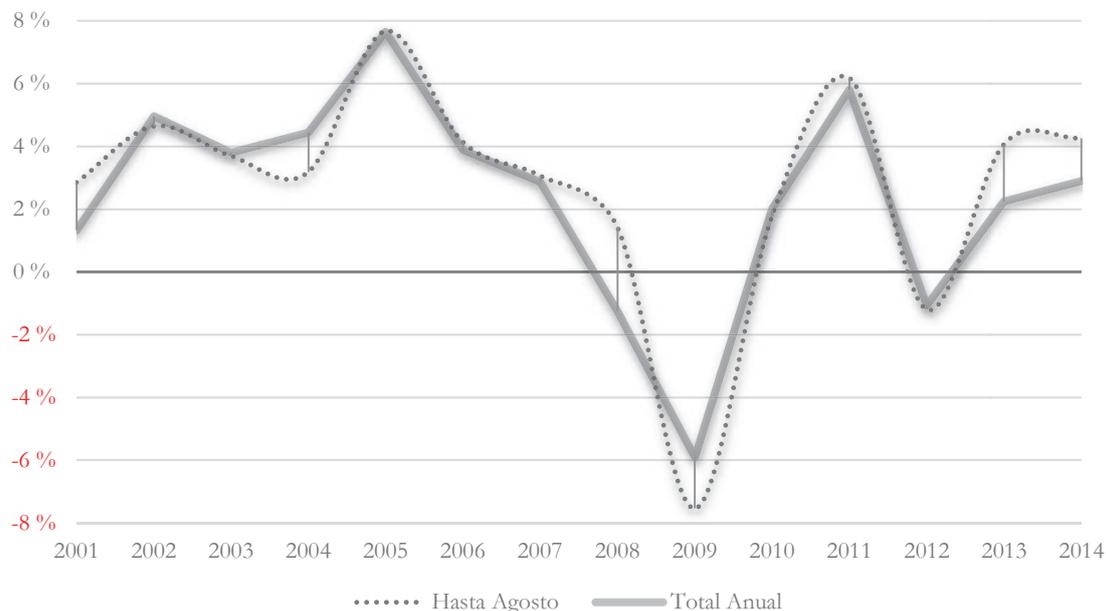


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de Gasto Turístico del IET. 2015

Algunos datos básicos del sector turístico en España son los siguientes:

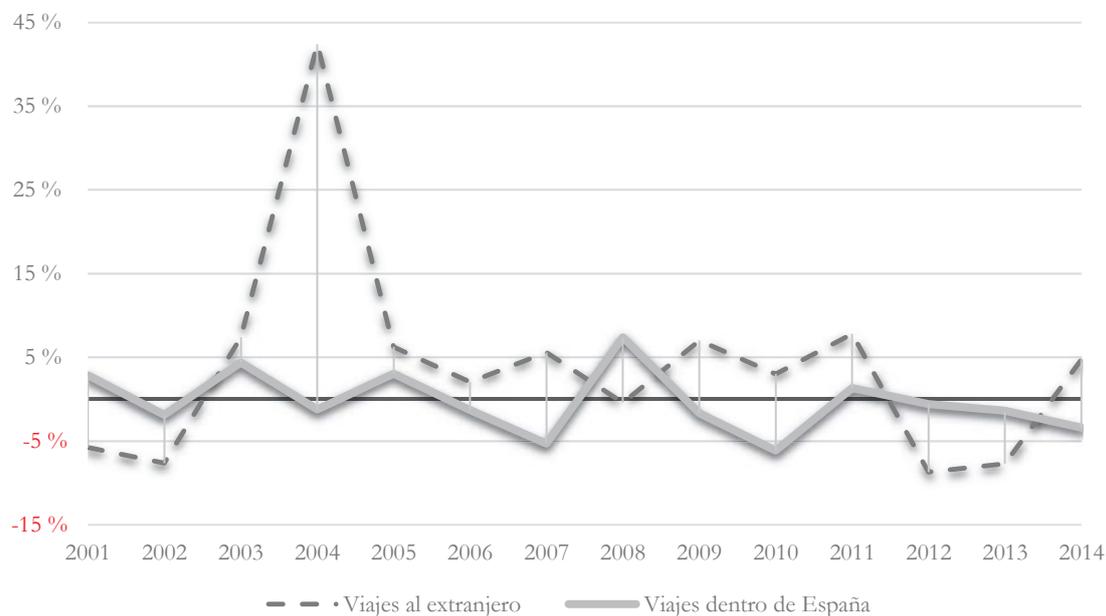
- Representa en torno al 11 % del PIB y el 16,3% del empleo en España en 2014 (INE)
- Cerró el año 2014 con 420.663 parados, un 9,5% menos que el año anterior, y 2.203.044 ocupados, un 5,7% más que en 2013. (INE)
- El Gasto Turístico ascendió hasta los 63.094 millones de € en 2014, un 6,5% más que en 2013. (EGATUR).
- 295,2 millones de pernoctaciones en 2014, un 3,2% superior a 2013. 104,7 millones de españoles. (INE)
- 103,3 millones de visitantes extranjeros, un 2,9% más que en 2013. Siendo el número de turistas 64,9 millones, una subida del 7,1% desde 2013.
- 151,3 millones de viajes por parte de los españoles, un 3,8% inferior a 2013. El 92,2% en el interior, el resto al extranjero (7,8%)

Figura 3: Variación anual del número de visitantes extranjeros, 2001-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los datos de movimientos turísticos en fronteras del IET. 2015

Figura 4: Variación anual de los movimientos turísticos de los españoles, 2001-2014¹



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta de movimientos turísticos de los españoles del IET. 2015

¹ En 2004 se produjo un crecimiento interanual del 42% que no tuvo que ver con una explosión en la predisposición de las familias españolas a visitar el exterior, sino con un cambio metodológico: “En el año 2004 el Instituto de Estudios Turísticos realizó un cambio de panel adaptando la muestra de hogares a la nueva realidad poblacional utilizando el Padrón del 2004 y modificando de forma sustantiva al Censo de Población sobre el cual se diseñó la muestra en 1998.” FAMILITUR, IET.

La conjunción de los efectos económicos de la actividad turística, con sus derivaciones sociales y ambientales, contribuye a explicar la importancia que tiene la concepción política del turismo. Para definir qué se entiende por política turística, tendremos que remitirnos a una de las distintas perspectivas que asumen disciplinas como la geografía, la economía, las ciencias políticas o el derecho. En este caso entenderemos la política turística cómo aquella que describe a la práctica pública consistente en decretar un conjunto de directrices de ordenación, potenciación, regulación e intervención de la actividad turística en un determinado territorio. Aunque ésta se encuentra íntimamente vinculada a una serie de políticas generales de características económicas, particularmente al ámbito productivo en su configuración sectorial como política instrumental (Mir, 2000), la política turística constituye, como tal, la expresión de una determinada política territorial destinada a transformar –y sobre todo orientar– un espacio geográfico a través de la planificación y regulación de las actividades que en el mismo se desarrollan.

Es esa misma vertiente multidisciplinar la que permite aunar múltiples matices pero también puede hacer del turismo un sector considerablemente receptivo a la ejecución de numerosas, y distintas actuaciones, al tiempo, que permite la interacción de todo tipo de escalas tanto temporales (estrategias a largo y medio plazo, intervenciones a corto plazo, etc.) como administrativas (diferentes niveles institucionales, cooperación público-privada, ámbitos sectoriales, etc.) contribuyendo a entretejer una madeja política compleja.

La ejecución de políticas turísticas puede establecerse a través de una planificación que contemple la actividad de manera comprensiva o excluyente, así como desarrolle un conjunto de herramientas destinadas a instrumentalizar las líneas generales establecidas previamente, cuyo objetivo puede ser la cooperación interadministrativa o con los distintos agentes involucrados, que incida de manera especial en determinados territorios o sectores tanto desde la perspectiva social como la netamente económico-productiva. Permitiendo condensar el valor de la política turística en la capacidad que tiene para ahondar en distintos temas y ámbitos desde una perspectiva inclusiva y favorecedora de la colaboración entre actores que maniobran tanto en el territorio objeto de ordenación como en el sector en sí mismo.

Aunque en España las competencias en materia turística están desagregadas entre las distintas Administraciones Públicas a raíz de la estructura descentralizada establecida con el proceso

constitucional de 1978, en el resto del mundo el director más habitual de las políticas turísticas es el Estado.

La principal ocupación puede depender, en primera instancia del sistema político existente, un aparato ideológico determinado estructura en torno a él un conjunto de políticas económicas, territoriales, sociales, etc. y en función de ello un compendio de políticas ajenas pero con una influencia muy marcada en el funcionamiento del turismo (política fiscal, política monetaria, política comercial, etc.)

Dicha diferenciación ideológica reconoce, o impide, la libertad de mercado, siendo lo más habitual el primer escenario, con todas aquellas puntualizaciones aceptadas en el conjunto de estados sociales de mercado que constituyen la amplia mayoría de naciones desarrolladas del mundo. En especial, los asuntos relativos al desarrollo de la actividad turística en condiciones de igualdad y conformidad, mediante la regulación de prácticas monopolísticas, seguridad pública, protección ambiental y patrimonial, usos y comportamientos, etc. (Sánchez 2014)

En segundo término la capacidad económica pero también el potencial y desarrollo del sector turístico nacional, condiciona del mismo modo el desarrollo de las distintas políticas turísticas. Tanto la maduración del sector como del Estado, conllevan una más intensa intervención y participación en el turismo y en los efectos territoriales que éste provoca.

Como algunos autores han precisado, las principales justificaciones que suelen provocar la intervención estatal en la actividad turística son, en primer lugar la contribución del turismo a la reducción de sus impactos negativos, la integración de la actividad en el tejido productivo existente y su potencial como catalizador de un desarrollo sostenible de los distintos destinos. Del mismo modo, la aparente capacidad de la actividad turística para aumentar el nivel de bienestar de la sociedad residente, y por último, para salvaguardar el interés general de una actividad que abarca a numerosos agentes e instituciones con intereses, a veces, divergentes o enfrentados entre sí. (Izard, 2010)

2.2. Marco y administración del turismo en España

2.2.1. La influencia de la Política Comunitaria en la legislación turística:

Políticas estatales y europeas

En el caso español, dicha intervención hay que concebirla desde la escasa importancia que tiene (o ha tenido) la política europea tanto en la aplicación de políticas turísticas como en su influencia y ramificación competencial. Para comprender la causa de ésta intervención limitada por parte de la Unión Europea hay que tener en cuenta, en primer lugar, que la competencia en materia de turismo pertenece a los Estados miembros y que en base a ello las actuaciones europeas en materia de turismo tradicionalmente se han cobijado en acciones medioambientales, territoriales, de libre competencia o desarrollo rural. Delimitando la actuación europea a recomendaciones que se incorporaban tanto a sectores específicos como al turismo en toda su extensión.

No es hasta la modificación organizada a partir de la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, que el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea pasa a recoger de manera definida el turismo como o un ámbito de acción –competencia²– en el que el objetivo de la Unión Europea es el de asistir, complementar o coordinar la política estatal. Ésta circunstancia impide la regulación directa, y los procesos de armonización jurídica en el turismo, aunque el reconocimiento competencial permite la adopción de distintas políticas y estrategias que incorporan prioridades en el desarrollo económico que afectan de forma directa al sector turístico. (COM (2007) 621, COM (2010) 352)

De igual forma, la incorporación del Tratado de Lisboa abrió la puerta al planteamiento de iniciativas y “enfoques”, coordinados, con el objetivo de alcanzar logros acreditados en innovación, crecimiento sostenible y ganancia de competitividad que incidían en el sector turístico; todo ello en conexión con el marco que supone la Estrategia Europa 2020.

² Artículo 195 del TFUE:

“1. La Unión complementará la acción de los Estados miembros en el sector turístico, en particular promoviendo la competitividad de las empresas de la Unión en este sector.

Con este fin, la Unión tendrá por objetivo:

- a) fomentar la creación de un entorno favorable al desarrollo de las empresas en este sector;
- b) propiciar la cooperación entre Estados miembros, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas.

2. El Parlamento Europeo y el Consejo, con arreglo al procedimiento legislativo ordinario, establecerán las medidas específicas destinadas a complementar las acciones llevadas a cabo en los Estados miembros para conseguir los objetivos mencionados en el presente artículo, con exclusión de toda armonización de las disposiciones legales y reglamentarias de los Estados miembros.” [\[1\]](#)

El nuevo marco termina por reconocer la capacidad política de la Unión en su vertiente turística, aunque sin conseguir alterar la esencia de la política turística europea desde los años 90, situando a la UE en una posición auxiliar respecto de los Estados miembros, y cuyos proyectos fundamentales son la consolidación de un medio adecuado para el desarrollo del sector y la colaboración interadministrativa de los distintos miembros.

Del mismo modo, la influencia de diversas Directivas (Directiva 90/314/CEE, Directiva 2006/123/CE) que atañen tanto a la eliminación de trabas nacionales relacionadas con los viajes, circuitos y servicios turísticos como al mero componente administrativo (autorizaciones, licencias, procedimientos, etc.) han insistido en la necesaria armonización del marco turístico europeo.

La trasposición de todo el cuerpo jurídico europeo a la legislación nacional ha influido en el desarrollo legislativo de los estados, como en el caso español, que ha obligado a reformar todo el marco jurídico que afectaba al turismo, pero también ha servido para adaptar, y renovar, su normativa a diferentes paradigmas. (Razquin Lizarraga, 2013)

2.2.2. Funciones y atribuciones turísticas: El Estado y la delegación de competencias

En España, es la Constitución de 1978 la que articula un cambio fundamental en el régimen político y administrativo, conviniendo una renovada organización territorial lo que conlleva una compleja distribución de las competencias. En primer lugar, el Estado no tiene competencias directas sobre turismo, aunque se reconoce la importancia económica del turismo (artículo 149.1.13^a), de modo que la acción estatal se convierte en supletoria salvo existencia de regulación autonómica prevalente. La existencia de una combinación de Administraciones Públicas: Estado, CC.AA. y Entidades Locales, no ha impedido que, a priori, las competencias en promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial corresponden a las Autonomías (artículo 148.1.18^a), delimitando constitucionalmente la titularidad de las potestades públicas relacionadas con la actividad turística y el sector en su conjunto. El desarrollo estatutario, convirtió la competencia constitucional en la línea de salida a la reglamentación y ejecución de políticas turísticas sin menoscabo de las

competencias previstas al Estado (STC 18/1982, STC 125/1984, STC 75/1989, STC 122/1989, STC 193/1990, STC 80/1995, STC 242/1999, etc.)³

La importancia económica del turismo, sintetizada en el apartado anterior, motivo la creación de un cuerpo normativo por parte de las Comunidades Autónomas que sustituyese a la amalgama de disposiciones y normas estatales, tanto constitucionales como preconstitucionales, y caracterizando a éste período como el de la dispersión jurídica y la falta de entendimiento/coordinación entre las diferentes Administraciones Públicas y culminando con la aprobación parlamentaria de numerosas Leyes de Turismo. (Guerra, 2014)

Figura 5: Legislación Autonómica en Turismo

CC.AA.	1ª LEGISLACIÓN	LEGISLACIÓN VIGENTE
Andalucía	Ley 12/1999, de 15 de diciembre, del Turismo.	Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía
Aragón	Ley 6/2003, de 27 de febrero, de Turismo.	Decreto Legislativo 1/2013, de 2 de abril, texto refundido de la Ley de Turismo.
Asturias (Principado de)	Ley 7/2001, de 22 de junio, de Turismo.	Modificada parcialmente por la Ley 10/2010, de 17 de diciembre.
Baleares (Islas)	Ley 2/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo.	Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo.
Canarias	Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo.	Modificada parcialmente por la Ley 7/1997, de 4 de julio.
Cantabria	Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo.	Modificada parcialmente por Ley 11/2010, de 23 de diciembre y Ley 10/2013, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas.
Castilla y León	Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo.	Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo
Castilla-La Mancha	Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo.	Modificada parcialmente por la Ley 7/2009, de 17 de diciembre, que modifica diversas leyes para adaptarla a la Directiva 2006/123/CE

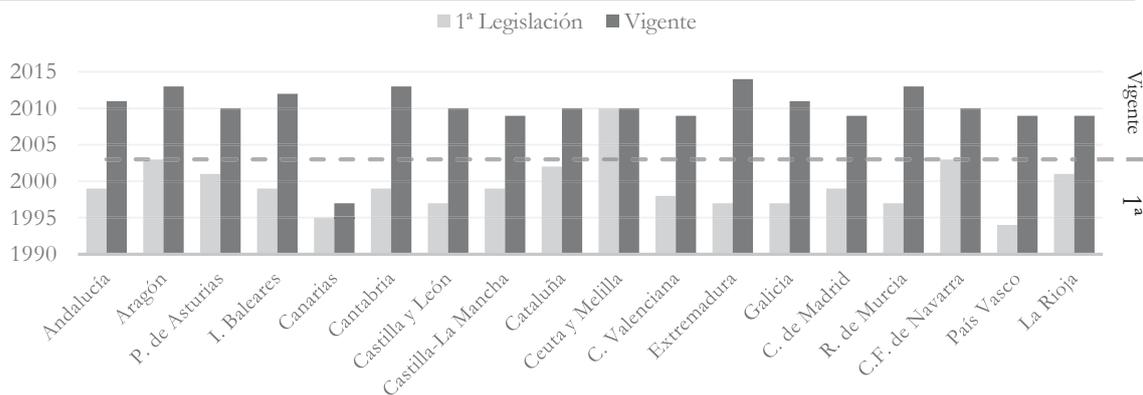
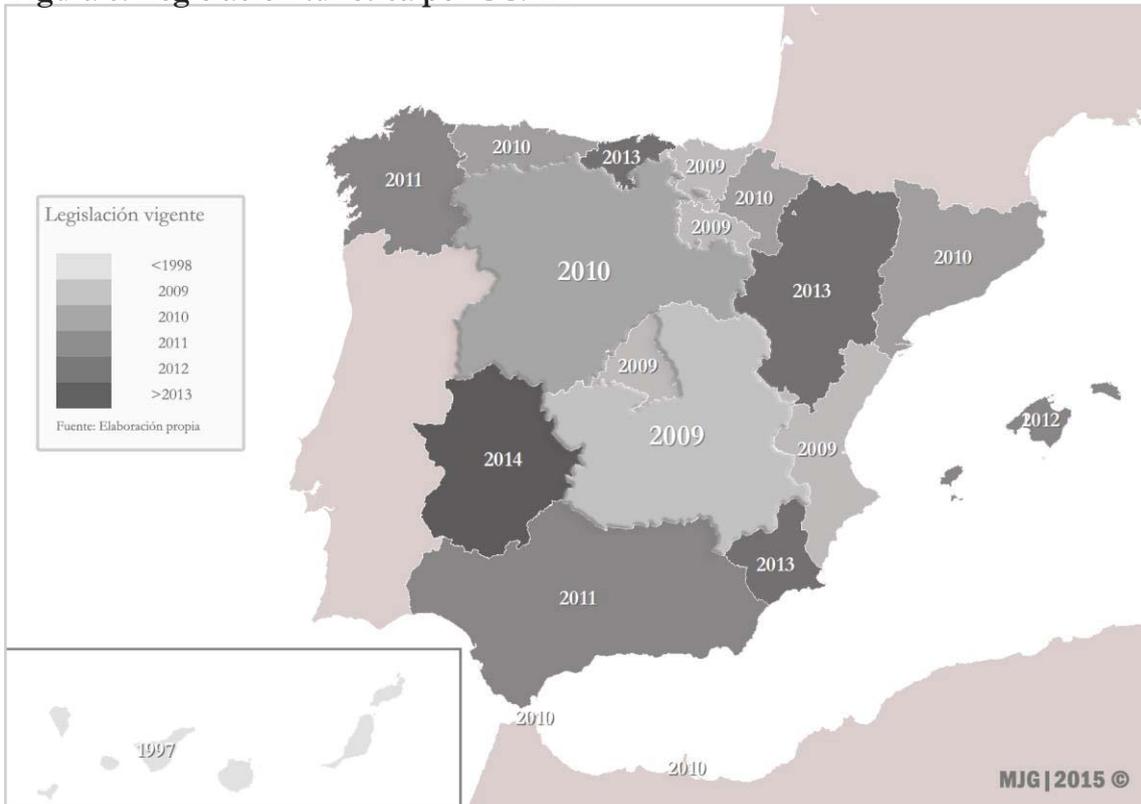
³ La jurisprudencia del Tribunal Constitucional ha venido delimitando la autoridad en el sector turístico por problemas principalmente financieros (gestión de fondos) en base a distintos límites: 1: El Estado tiene la competencia en programación y coordinación del sector, sin perjuicio de que cada CC.AA. pueda satisfacer sus intereses. 2: El Estado no puede limitar o restringir las competencias materiales que corresponden a las CC.AA. (López, 2003)

Cataluña	Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo.	Modificada parcialmente por el Decreto Legislativo 3/2010, de 5 de octubre, para la adecuación de normas con rango de ley a la Directiva 2006/123/CE
Comunidad Valenciana	Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo.	Modificada parcialmente por Ley 12/2009, de 23 de diciembre y Ley 16/2003, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización, relativa a administración turística y procedimiento sancionador
Extremadura	Ley 2/1997, de 20 de marzo, de Turismo.	Ley 2/2011, de 31 de enero, de Desarrollo y Modernización del Turismo. Modificada parcialmente por Ley 7/2014, de 5 de agosto, de modificación de la Ley 2/2011
Galicia	Ley 9/1997, de 21 de agosto, de Ordenación del Turismo	Ley 7/2011, de 27 de octubre, del Turismo
Madrid (Comunidad de)	Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo.	Modificada parcialmente por la Ley 1/2003, de 11 de febrero y por la Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña.
Murcia (Región de)	Ley 11/1997, de 12 de diciembre, de Turismo	Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo.
Navarra (Comunidad Foral de)	Ley 7/2003, de 14 de febrero, de Turismo.	Modificada parcialmente por la Ley 6/2010, de 6 de abril, de modificación de diversas leyes forales para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE
País Vasco	Ley 6/1994, de 16 de marzo, de Ordenación del Turismo.	Modificada parcialmente por la Ley 16/2008, de 23 de diciembre. Modificada parcialmente por la Ley 7/2012, de 23 de abril, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE
Rioja (La)	Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo.	Modificada parcialmente por Ley 6/2009, de 15 de diciembre.
Ceuta	Reglamento de Turismo, 30 de noviembre de 2010.	
Melilla	Decreto nº 351, de 19 de julio de 2010. Reglamento de turismo.	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Mir y Valdés (2014) y Valdés y Del Valle (2011). 2015

Articulando el turismo dentro una regulación de carácter específico en su diversidad de aspectos y actividades, para el conjunto del territorio estatal -con mayor o menor rapidez- a lo largo de los años 90 e inicios del siglo XXI. La gran cantidad de normas han contribuido a estructurar un campo heterogéneo, en el que existe una gran diversidad de conceptos básicos, de carácter territorial, como aquellos que hacen referencia a espacios turísticos y en el que se aborda la ordenación y planificación desde muy diferentes perspectivas. Algunos autores señalan que comunidades como Cataluña establecen con notable precisión el procedimiento planificador mientras que gran parte de CC.AA. tan solo hacen referencia a la escala de actuación (directrices, estrategias, planes y programas...) determinando exclusivamente cuales son los niveles y contribuyendo a condicionar la actividad por la distinta valoración de conceptos básicos. (Magadán, 2008)

Figura 6: Legislación turística por CC.AA



Fuente: Elaboración propia.

Uno de los principales puntos de fricción entre el Estado y las Autonomías en la actividad turística lo constituye la dificultad para actuar de manera coordinada en la suma de actuaciones (infraestructura, transporte, patrimonio, medio ambiente, etc.) obstaculizando el procedimiento de actuación sobre el sector, tanto en sus aspectos regulatorios más generales como en aquellos de carácter más específico como pueden ser los procedimientos sancionadores o la agilidad administrativa. Asumiendo, que además se da una diversa intensidad turística entre las diferentes regiones.

Un aspecto también interesante lo constituye el papel de las Entidades Locales en la ordenación turística y el tratamiento que realizan al sector. La Ley de Bases del Régimen Local (Ley 7/1985) determina que los municipios puedan disponer, en el ámbito de sus competencias, de cualquier herramienta destinada a promover actividades o prestar servicios que contribuyan a satisfacer necesidades municipales. Como la misma Ley obliga al actor estatal o autonómico a distribuir una serie de competencias en favor de aquellas competencias (en particular de aquellas que hacen referencia a actividades o instalaciones dependientes del municipio) que sean de titularidad local, aunque la distribución es dispar en función de las regiones.

La reciente reforma del Régimen Local (Ley 27/2013 de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local) estipula que la competencia turística de las Entidades Locales se circunscribe a la “Información y promoción de la actividad turística de interés y ámbito local.” (artículo 25.2.h) y que las Comunidades Autónomas podrán delegar, siguiendo criterios homogéneos, competencias como la: “Promoción y gestión turística” (artículo 27.3.j), fijando a la Comunidad Autónoma como el actor principal en materia turística en el ordenamiento español.

De forma similar, la mencionada Ley, al referirse también a las Diputaciones, permite que las Comunidades Autónomas puedan ceder competencias, previstas estatutariamente, o delegar la gestión de servicios propios (en materia turística por ejemplo) en las Diputaciones Provinciales.

En estas circunstancias se ha apostado por mantener una visión menos vertical en el análisis y la actuación sobre el fenómeno turístico, aprovechando las condiciones más favorables que ofrecen las estructuras políticas más cercanas que ya venían asumiendo las tareas vinculadas al turismo.

Desde el punto de vista ejecutivo, las competencias turísticas pertenecen a las Consejerías Autonómicas cuya autoridad sea la materia turística y a las cuales se haya atribuido, de manera normativa, una función en ese aspecto.

Algunas de sus funciones son el establecimiento de objetivos de desarrollo turístico y la aplicación de políticas de carácter turístico tanto intersectoriales –público y privado–, como intrasectoriales –entre distintas administraciones territoriales, entre distintas políticas (urbanística, infraestructuras, medio ambiente, etc.)–, el ejercicio de las potestades planificadora, sancionadora e inspectora sobre actividades, usuarios y empresas. –mediante el control de la oferta y prestación de servicios, la regulación de la actividad y los trámites administrativos, pero también la promoción de la actividad y modalidades, la conservación del uso de los recursos turísticos o la distribución, territorial y social, de las rentas obtenidas a través del aprovechamiento de la actividad turística. (OMT, 1994; Guerra, 2014)

Figura 7: Funciones en la gestión del Turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de “Cuadros de planificación turística” (García Cuesta, 2014). 2015

Por tanto, podríamos resumir la competencia turística como una atribución eminentemente autonómica, que se ve afectada por la normativa europea, se complementa con la actividad estatal auxiliar mediante el ejercicio de una serie de competencias que atañen de forma directa a la actividad turística (planificación económica, política monetaria, comercio, infraestructuras básicas, patrimonio, etc.) y además se ve influida por las competencias correspondientes a las Entidades Locales como actores trascendentales en la intervención

local. Todo ello en un contexto en el que el turismo cobra un especial predominio como actividad fundamental en la diversificación y potenciación del tejido económico, un aspecto muy valioso en el marco del desarrollo local.

2.2.3. Desarrollo político reciente de España en materia turística

Al reconocer el papel del turismo, que se ha configurado a lo largo de los años como un sector fundamental para el crecimiento de la economía española, estratégico, y por tanto de un carácter colateral a diferentes políticas (economía, ordenación territorial y urbanística, empleo, etc.) el Estado ha actuado desde la opción que le facilita las competencias atribuidas en la Constitución a través de los procesos de planificación estratégica de la economía nacional.

Aunque en España sean las Comunidades Autónomas quienes tienen la potestad en la promoción y ordenación turística dentro de sus límites territoriales, es el Estado quien realiza la promoción exterior, quien establece la estrategia económica nacional y quien diseña y coordina la política turística. La distribución de estas acciones e instrumentos requiere de la integración y cooperación de diferentes instituciones (público-privadas) encargadas de llevar a cabo las acciones determinadas por el poder público.

El actual organigrama turístico estatal (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2014) parte del citado Ministerio (con su correspondiente Comisión Interministerial de Turismo⁴) y de la Secretaría de Estado de Turismo⁵.

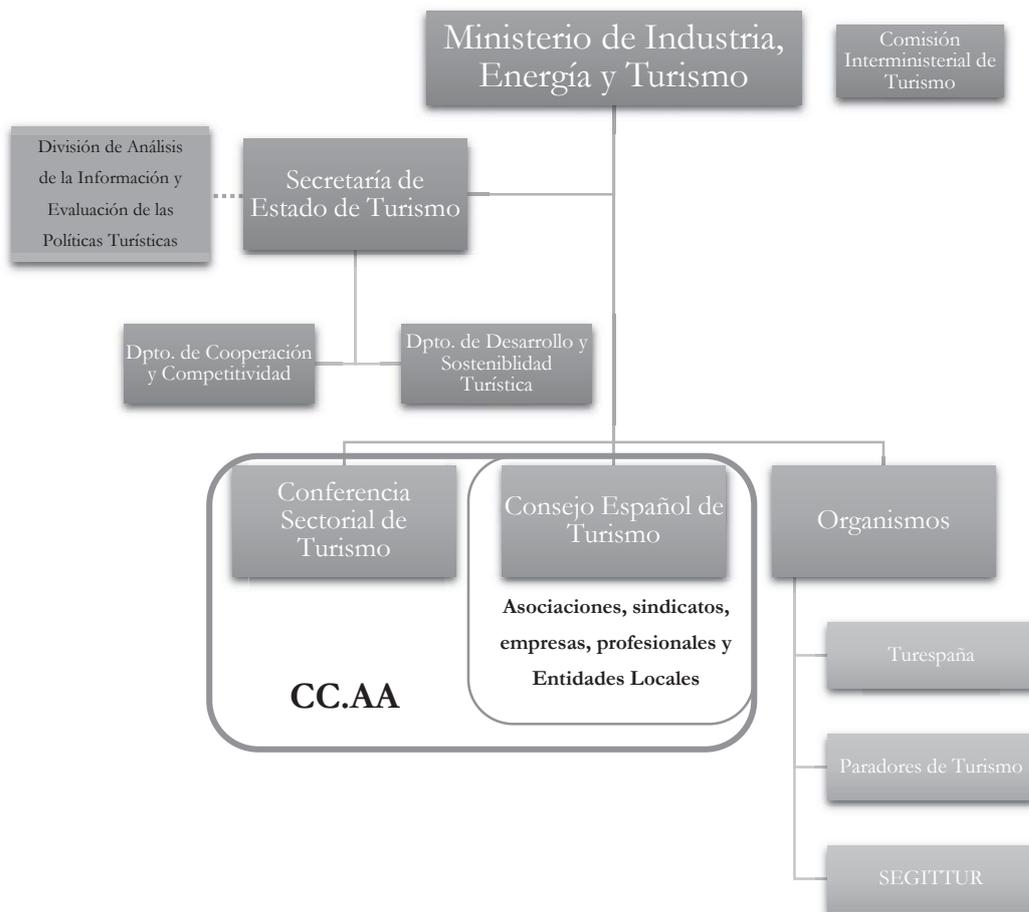
La Conferencia Sectorial de Turismo “que reúne a miembros del Gobierno, en representación de la Administración General del Estado, y a miembros de los Consejos de Gobierno autonómicos, en representación de las Administraciones de las Comunidades Autónomas.” (Ministerio de Industria, Energía y Turismo 2014). Y el Consejo Español de Turismo, formado por representantes de las CC.AA. de las Entidades Locales, de empresas, Cámaras de Comercio, organizaciones sociales y sindicales, profesionales del sector turístico.

⁴ Comisión encargada de coordinar la acción de la Administración General del Estado y de las entidades adscritas o dependientes de ella.

⁵ La función de la Secretaría de Estado de Turismo es la de dirigir y coordinar las distintas Direcciones Generales dentro del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Tanto la coordinación como la promoción del turismo (Secretaría de Estado de Turismo) tenían un presupuesto previsto para 2015 de 323 millones de €⁶ (al que habría que sumar los diversos gastos de las distintas CC.AA. y Entidades Locales), ésta cifra representa un aumento del 3,2% respecto de lo presupuestado en 2014 (313 millones de €). El principal paquete presupuestario se corresponde con líneas de crédito fuera del sector público a empresas turísticas y del Fondo Financiero del Estado para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas (221 millones de €), la financiación del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) relacionado con la Marca España con 85 millones de €, la dinamización de productos turísticos y planes municipales (Entidades Locales) y gastos menores al Instituto de Calidad Turística Española, entidades colaboradoras, asociaciones, becas y aportaciones a organizaciones internacionales (OMT, ETC).

Figura 8: Organigrama ministerial



Fuente: Elaboración propia a partir de información del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. 2015

⁶ Cifra obtenida del Tomo X, sección 20. Ministerio de Industria, Energía y Turismo de los Presupuestos Generales del Estado-Ejercicio 2015. Grupo 432 Ordenación y promoción turística. [5]

Para establecer la estrategia nacional de turismo se realizan Planes Nacionales de Turismo, que se aprueba a través de la Conferencia Sectorial de Turismo, de manera acordada y coordinada entre las distintas administraciones. De éste modo se garantiza la obtención del máximo consenso posible sobre aquellas acciones, que se pretende, refrenden la política turística liderada por el Estado y que van a ser articuladas por las CC.AA. a medio plazo. (Velasco, 2011)

Bajo este marco se establecen un conjunto de planes nacionales que sirven como referencia en la manera de entender y ejecutar la política turística estatal. Éste período (1992-2015)⁷ se delimita con los planes: FUTURES I, FUTURES II, PICTE, Horizonte 2020 y el PNTT 2012-2015 vigente en la actualidad.

El Plan Marco de Competitividad del Turismo Español o Plan FUTURES I (1992-1995) representa el primer plan nacional tras la promulgación de la Constitución en 1978, basándose en el reconocimiento del sector turístico como un elemento con naturaleza propia en el sector productivo español, y no como un complemento sin más de la política comercial. Los principios del FUTURES I eran los de mejorar la eficiencia de la actividad turística y consolidar la posición competitiva del turismo español a través de la participación público-privada y la maximización del beneficio socioeconómico. Fue aprobado por el Gobierno y respaldado por todas las Comunidades Autónomas en 1993.

Sus principales objetivos eran:

- Cualificación y formación de recursos humanos.
- Mejora y promoción de la calidad de vida de los agentes involucrados en el sector turístico.
- Innovación y fortalecimiento del tejido empresarial, mejora de la comunicación público-privada.
- Adopción de nuevos productos turísticos
- Sensibilización y difusión del Plan Marco, velando por la conservación de los entornos turísticos.
- Promoción de la oferta turística española a nivel internacional.

Los resultados fueron considerados como satisfactorios por sus efectos en el desarrollo económico, de nuevos productos y en la proyección internacional de España como destino.

⁷ La referencia última es el año 2020, Plan del Turismo Español Horizonte 2020.

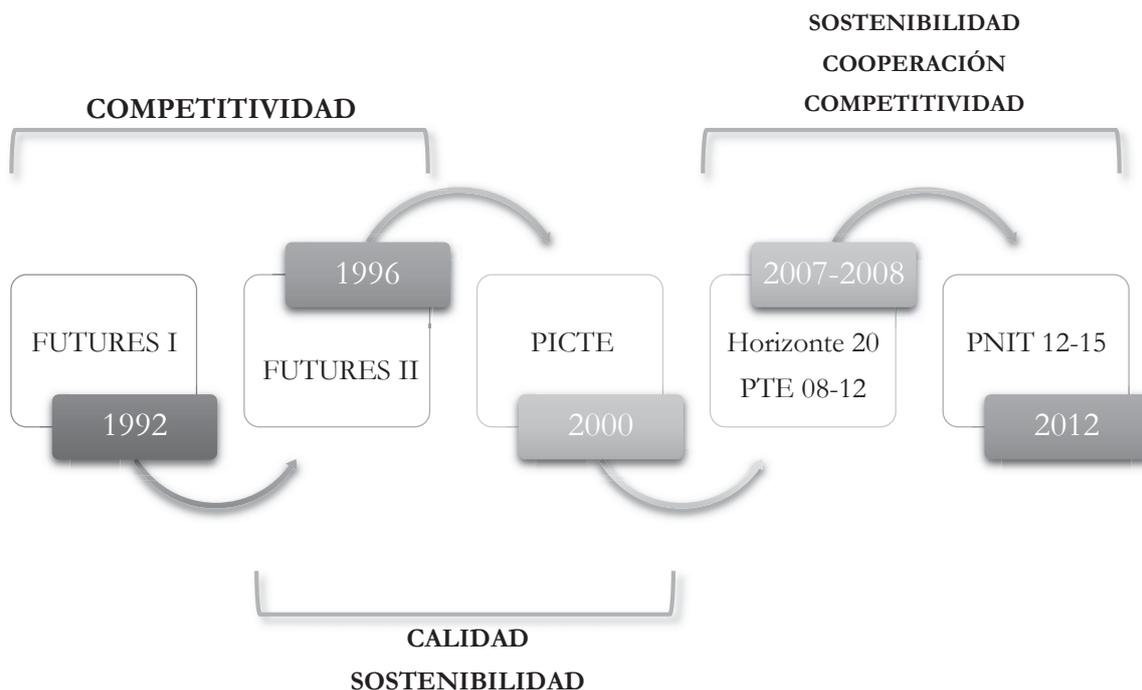
Dichas consecuencias constituyeron la base sobre la que se sustentaría el desarrollo y ejecución de la posterior planificación turística.

El segundo gran plan fue el FUTURES II o Plan Marco de Competitividad del Turismo Español 1996-1999. Éste plan se presentó como la continuación del FUTURES I pero dando especial importancia a conceptos como la sostenibilidad con el medio de acogida (natural y cultural) o la necesidad de compromiso de los agentes turísticos y el resto de agentes. Bajo éste plan se emprenden grandes iniciativas y actuaciones destinadas a mejorar destinos maduros apostando más por la calidad y el desarrollo sostenible como estrategia para mejorar la competitividad. Con ese objetivo el Plan FUTURES II se articulaba a partir de los PET (Planes de Excelencia Turística) y los PDT (Planes de Dinamización Turística), adoptando medidas destinadas a mejorar la formación, ajustar la oferta a los nuevos requerimientos de los turistas mediante una mejora general de la calidad en los destinos.⁸ Es la nueva concepción de calidad la que guiará el nuevo plan concebido tras el FUTURES II, el PICTE, o Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006).

El PICTE, renovaría los planteamientos que fueron continuados por el Plan FUTURES II, su fin último consistía en implantar la colaboración interadministrativa, pero también con las empresas y asociaciones e instituciones privadas en materia turística. Todo ello articulado a través de una serie de programas (mejora de la calidad de los destinos, cooperación internacional, formación, internacionalización, apoyo a la comercialización exterior, etc.) y gracias a la integración y vinculación con otros programas, en particular con aquellos vinculadas a ayudas al desarrollo rural como las iniciativas europeas Leader I o Leader II. Los principales objetivos que planteaba el PICTE se basaban principalmente en la diversificación del sector, a través de un incremento de la rentabilidad y de la consolidación del turismo español a largo plazo, el avance en la sostenibilidad de la actividad turística y la mejora y puesta en valor de varios elementos considerados trascendentales para dicho proceso: tanto materiales (puesta en valor de recursos territoriales, desarrollo de nuevos productos y procedimientos innovadores) como humanos (mejora de la calidad laboral, pero también el reconocimiento económico e integración del tejido empresarial en las distintas políticas sectoriales).

⁸ Elemento que resultaría fundamental para entender la estrategia de futuro de la política turística española, siendo ésta la respuesta a los paulatinos procesos de aumento de la exigencia del mercado turístico. Sustituyendo el concepto central que guiaba la estrategia turística hasta el momento (competitividad) por el de calidad. (Secall 2012)

Figura 9: Resumen de la planificación turística estatal en España



Fuente: Elaboración propia.

Por último el Plan Horizonte 2020 y los dos Planes Nacionales de Turismo, 2008-2012 y 2012-2015, representan la planificación en materia turística reciente. Turismo 2020, u Horizonte 2020, hace referencia al Plan del Turismo Español Horizonte 2020, dicho plan fue aprobado por el Consejo de Ministros, aceptado por el Consejo Español de Turismo y aprobado, y comprometiéndose a desarrollarlo a través de los instrumentos y procedimientos establecidos, por la Conferencia Sectorial de Turismo a finales de 2007.⁹

El Plan Horizonte 2020, establece distintas orientaciones estratégicas destinadas a reforzar las fortalezas del actual sistema turístico y a paliar las debilidades en torno al mismo. Para desarrollar el sector turístico español se delimitan una serie de objetivos clave que deben definir las áreas de actuación en el marco del objetivo 2020 y en colaboración con el Plan del Turismo Español 2008-2012. Los objetivos planteados son:

- Desarrollo de una nueva economía turística, potenciando las ventajas comparativas de una nueva economía basada en la innovación, el conocimiento y la captación de talento como elementos clave para garantizar la satisfacción de las exigencias del cliente.

⁹ Aprobación por parte del Consejo Español de Turismo y la Conferencia Sectorial de Turismo el 7 de noviembre de 2007 y por el Consejo de Ministros el 8 de noviembre de 2007.

- Fomento de las particularidades de España como destino turístico, mejorando la relación oferente-cliente y optando por la satisfacción del mismo a la hora de desarrollar, comercializar y gestionar los productos turísticos.
- Mejora de la sostenibilidad del modelo turístico español, equilibrando la obtención de beneficios con la capacidad de carga y la inversión, buscando garantizar la calidad del medio natural y cultural, su integración, bienestar de la población residente y el equilibrio territorial.
- Creación de un entorno óptimo para el desarrollo de negocios turísticos competitivos.
- Impulso de un nuevo liderazgo compartido del sistema turístico español, bajo los principios de eficiencia y corresponsabilidad que ayude a consolidar la conciencia de beneficios socioeconómicos comunes que genera el desarrollo sostenible de la actividad turística.

En la misma línea el Plan de Turismo Español 2008-2012 diseñaba una serie de programas y proyectos en colaboración, y bajo las orientaciones, del Plan del Turismo Español Horizonte 2020. También asumía la continuidad planificadora establecida por los distintos planes turísticos anteriores (FUTURES I y II, PICTE), bajo esa óptica continuista, el objetivo principal pasaba por la adaptación del sector turístico a las nuevas tendencias del mercado, el avance en la calidad y competitividad de los destinos, la adaptación a las exigencias de la demanda y la adopción de distintos paradigmas y metodologías basadas en el desarrollo sostenible. Al haberse apostado por la consolidación de empresas de calidad turística a través de la normativa creada a tal efecto y con el apoyo de las diferentes instituciones (AENOR, ICTE, Mesa de Calidad Turística, etc.), la incorporación de procedimientos y herramientas innovadoras en la actividad turística, la promoción efectuada por los distintos institutos turísticos y la inversión en proyectos de dinamización de destinos y productos turísticos; el PTE 08-12 se afanaría en centrarse en la puesta en marcha de actuaciones que hagan efectiva la estrategia turística nacional planteada en Horizonte 2020.

Por todo ello las líneas de actuación preferencial planteadas en el PTE 08-12, y que determinaría la articulación programática, se basarían en cuatro apartados diferenciados. Primeramente la concentración de los recursos en los lugares donde fuera más eficaz su uso, aportando para ello las necesidades de conocimiento, tecnología y valor a los agentes del sector. La incorporación de una cultura cooperativa basada en la búsqueda de beneficios mutuos, la corresponsabilidad y la asunción de compromisos conjuntos que incentivaran el

establecimiento de sinergias y dinámicas enriquecedoras. El desarrollo de proyectos innovadores a través la incorporación de técnicas basadas en la adecuación entre el sector, el medio y la sociedad, la planificación y recualificación de los destinos maduros y la amortiguación de la desestacionalización. Y por último, la mejora de la eficiencia general del sector a través de la gestión responsable de los recursos y la ampliación de alcance de la acción (proyectos de internacionalización, comercialización exterior y proyección internacional)

Finalmente, el vigente Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT), establece una serie de aspectos fundamentales que se conciben como la principal respuesta a las manifestaciones del sector turístico. Apostando por el liderazgo del Gobierno de España a través de la aplicación de una gestión coordinada de los recursos, voluntades y actores de la política turística común, tanto desde el diseño de políticas transversales (Europa, AGE, CCAA, EELL) como desde el diseño de estrategias comunes. Otros puntos considerados fundamentales son la colaboración público-privada, como objetivo fundamental en el diseño, decisión y financiación de los distintos proyectos en materia turística, la mejora de la competitividad general del sector a través del desarrollo de un marco regulatorio acorde que prime la convergencia de legislaciones y la estimulación de un mercado único. En último lugar, la implementación de políticas innovadoras para fomentar las características de España como destino turístico de calidad.

Para adoptar este enfoque deseado se decide construir el PNIT a partir de los siguientes objetivos generales para el sector turístico español¹⁰:

1. Incrementar la actividad turística y su rentabilidad
2. Generar empleo de calidad
3. Impulsar la unidad de mercado
4. Mejorar el posicionamiento internacional
5. Mejorar la cohesión y notoriedad de la marca España
6. Favorecer la corresponsabilidad público-privada
7. Fomentar la desestacionalización del turismo

Acompañados por distintos instrumentos destinados a impulsar el conocimiento, emprendimiento y la formación, mejorar la oferta turística y diversificar la demanda.

¹⁰ Fuente "Objetivos que componen el PNIT", Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT) pág. 38

Todo ello podría resumirse en varias etapas distintas:

1ª Reconocimiento de la potencia económica del turismo, concentración espacial de la actividad y aceptación del aumento de la competencia internacional junto a problemas estructurales vinculados a la maduración de destinos turísticos.

2ª Reorganización de la actividad tras el diagnóstico y establecimiento de políticas destinadas a consolidar la capacidad turística de España que palie la aparición de destinos competitivos.

3ª Aprovechamiento de los beneficios del mercado común, monetario y la globalización, diversificación del desarrollo turístico con la aparición de nuevas modalidades en autonomías no costeras y apuesta por la sostenibilidad y la mejora de la calidad.

4ª Afianzamiento de la diversificación del sector, renovación de recursos y modalidades con el objetivo de ganar competitividad y diferenciar la demanda.

Tras observar la complejidad que imprime el marco político y administrativo de España y teniendo como referencia la planificación estratégica de los últimos años, sus objetivos y aspectos generales más importantes, trataremos de aproximarnos al estudio de las políticas públicas, particularmente turísticas, aprovechando los conocimientos y técnicas geográficas para que sirvan de base del análisis comparado de las políticas turísticas en CyL; CLM.

3. EL ESTUDIO DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS

3.1. El análisis comparado de políticas públicas

A la hora de realizar un análisis comparado de políticas públicas se han de establecer varias fases, la primera tiene como fin la determinación conceptual del objeto de estudio (política turística), pero también de aquellos aspectos generales que por su entidad o características le atañen directamente (marco jurídico, antecedentes, contexto y perspectivas, etc.).

La segunda fase habría de centrarse en la política pública en sí misma, en éste caso de la política turística como elemento sobre el que se articula el presente trabajo, y en función de su naturaleza político-administrativo, definir sus procedimientos básicos, objetivos y características, los mecanismos y herramientas utilizadas, la evolución, etc.

En este punto, se parte de las reflexiones realizadas en apartados anteriores sobre el concepto de política turística, en particular sobre la importancia de las aportaciones realizadas por distintas disciplinas a la perspectiva turística. Pero también, de la importancia de la política turística como un conjunto de acciones que van más allá del nivel teórico y que se convierte en una intervención directa a través de la definición de líneas estratégicas.

Esas estrategias se articulan mediante la instrumentalización de distintas decisiones políticas (organización, programación, reglamentación, ordenación, investigación, promoción, comunicación) que constituyen la proyección de la política en materia turística sobre el territorio (Velasco, 2011). Por ello, los instrumentos se convierten en el medio político con el que lograr los objetivos previstos, y de este modo alcanzar la situación deseable que ha requerido la intervención pública.

Cabría entender que el análisis comparado de políticas públicas tuviera como objetivo final el explicar fenómenos políticos y sus manifestaciones territoriales. En ese sentido, habría que delimitar un punto de partida y un conjunto de variables de estudio que a través de la utilización de técnicas estadísticas (cuantitativas) o mediante la comprobación in situ (cualitativas) fundamentarían la explicación final de las diferencias o similitudes encontradas (Creus, 2002).

La complejidad a la hora de formular propuestas radica en la dificultad para orientar y establecer una determina política no solo en función de la diversidad de posiciones ideológicas que la rigen, sino también en la de instituciones público-privadas que la van a ejecutar. Contemplar la diversidad de estructuras socioeconómicas y políticas, culturales, el

medio de acogida, etc. conlleva una satisfacción dispar de las necesidades y exigencias planteadas, un factor que conlleva la adecuada acotación de prioridades y la correcta identificación de las necesidades que se van a atender.

Las condiciones existentes reducen, limitan o restringen la adopción de políticas, provocando conflictos de intereses, y vinculando el desarrollo de los territorios a la concertación entre los diversos actores que participan en la materia objeto de intervención.

Dichos condicionantes acentúan la dificultad que conlleva la realización de análisis comparados de políticas sectoriales, el grado de cumplimiento de las exigencias o la multitud de variables (ambientales, económicas, sociales, laborales, jurídicas, territoriales, etc.) que pueden formar parte del estudio hacen que sea necesaria una delimitación metodológica del mismo y una justificación del estilo del análisis.

Figura 10: Esquema de actuación política



Fuente: Elaboración propia.

3.2. Una aproximación a los diversos enfoques metodológicos a la hora de realizar análisis comparados

Durante la realización de análisis comparados hay que tener en cuenta la pluralidad de metodologías existentes, dado que en el análisis de políticas existe una fisura entre la teoría y la expresión de la misma sobre el territorio. La discusión sobre la efectividad de las políticas cambia por tanto entre las percepciones cualitativas y el enfoque cuantitativo, al asumir que los numerosos y complejos efectos indirectos de una política dificultarían una observación exclusivamente cualitativa y demasiado específica, la utilización de técnicas cuantitativas a escala regional se muestra como indispensable.

En resumen los defensores del paradigma cuantitativo establecen que “posee una concepción general de carácter positivista, hipotético-deductivo, objetiva y orientada a los resultados propia de las ciencias naturales.” Por el contrario los del cualitativo piensan que “proporciona una concepción global, fenomenológica, inductiva, subjetiva y orientada al proceso propia de la antropología social.” (Cook, 1986)

Mencionaremos brevemente las características de ambas metodologías con la intención de encuadrar el siguiente apartado al entender que la discusión se fundamenta en la línea que deben seguir las ciencias sociales en su vertiente investigadora, y que por ello necesita una breve introducción.

3.2.1. El enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo pone de relieve la necesidad de emplear métodos basados fundamentalmente en la estadística, determinando un conjunto de fases que canalicen el conocimiento del objeto de estudio y formalizando el estudio de casos a partir de la aplicación del método científico que se estructure en primer lugar en la definición y clasificación, la medición que sustente la realización de hipótesis y por último en la explicación a través de la teorización.

A partir de ello, se utilizan una serie de criterios y medidas de impacto de las políticas en cada caso, dejando a un lado el proceso de toma de decisiones políticas y determinando los criterios de evaluación (eficiencia, productividad, bienestar, sostenibilidad, viabilidad, etc.) el desarrollo de indicadores y la cuantificación de los criterios depende de la variable de estudio.

En el aspecto cuantitativo se pierde de vista los estados subjetivos de los agentes involucrados, aunque se asume la fiabilidad de los datos estadísticos a partir de la solidez y capacidad para ser utilizados de manera generalizable y repetible constituyendo de ese modo una realidad estable en tiempo y forma. Y también, contribuyendo a orientar de ese modo la comprobación de hipótesis aun teniendo en cuenta que deben de servir de apoyo y no conformarse como el fin de la investigación.

El enfoque cuantitativo se estructuraría en torno a la necesidad de operar sobre una base metodológica sólida, que edifique la investigación, y con ella las conclusiones obtenidas.

Aunque existen muchos inconvenientes al adoptar un enfoque cuantitativo a la hora de evaluar y proponer soluciones a políticas públicas. El primero es el que considera que todo lo que hay que hacer es descubrir la combinación apropiada entre el tipo de problema y el método específico para luego plantear una solución adaptada. Como raramente suele suceder así, se corrobora la dificultad para reconocer problemas complejos, particularmente numerosos en el área de las políticas públicas, en donde los problemas tienen varias caras y acostumbran a requerir múltiples enfoques analíticos.

Otro aspecto a tener en cuenta es que se pierda el contexto general y se trasladen problemas político-ideológicos a un “elemental” planteamiento matemático del mismo, obviando un sinnúmero de disposiciones y exigencias que suelen desembocar en confrontación.

3.2.2. Las técnicas cualitativas

El enfoque cualitativo se asienta en el estudio de la realidad con el objetivo de percibir, comprender y exponer una situación determinada, en particular un aspecto social, antropológico. Profundizando en el análisis de los fenómenos asociados y de los que no existen, o no pueden ser abordados, a partir de datos cuantitativos. En la investigación cualitativa uno de los principales elementos utilizados son las encuestas o entrevistas, a través del análisis de datos cualitativos, que son interpretados y a veces estructurados de forma cuantitativa por los observadores.

Al ser un procedimiento que produce información solo en determinados estudios, impide la generalización y verificación de hipótesis mediante un método empírico, y por tanto requiere de un completo trabajo de campo que restringe, materialmente, la escala de estudio, también

los temas a aspectos vinculados al propio comportamiento humano y a la interpretación del mismo.

Aunque existen trabajos en el campo de la comparación de políticas públicas, sobre todo en aquella que trata de explicar las diferencias existentes entre diversos efectos institucionales (Immergut, 1992; Windhoff-Héritier, 2001), el enfoque cuantitativo, o el mixto, constituye la gran parte de los trabajos en la materia. (Mir, 2014; García, 2012; Castles, 1994; J Bénéitez, SC Yeto, 2011; Brea, 2011)

Figura 11: Atributos del paradigma cuantitativo y cualitativo

<h2>Cuantitativo</h2>	<h2>Cualitativo</h2>
<ul style="list-style-type: none">▪ Metodología cuantitativa▪ Positivismo Lógico▪ Medición controlada▪ Objetivo▪ Perspectiva externa▪ Reduccionista, hipotético, orientado a la comprobación confirmatoria, inferencial▪ Orientado al resultado▪ Fiable: datos “sólidos” y repetibles▪ Generalizable▪ Particularista▪ Realidad estable	<ul style="list-style-type: none">▪ Metodología cualitativa▪ “Fenomenologismo”▪ Observación sin control▪ Subjetivo▪ Perspectiva “interna”▪ Fundamentado en la realidad, orientado al descubrimiento, descriptivo e inductivo▪ Orientado al proceso▪ Válido: datos “reales” y profundos▪ No generalizable▪ Holista▪ Realidad dinámica

Fuente: Elaboración propia a partir de “Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa” T.D. Cook y CH. S. Reichardt.

3.2.3. El turismo como elemento “vertebrador” y la importancia de la interdisciplinariedad de la Geografía

La importancia del estudio turístico desde la óptica geográfica se constata al echar un simple vistazo a los elementos que componen la actividad, tanto los desplazamientos como los actores que intervienen en el turismo (personas, servicios, instituciones, etc.) todo ello en base a un espacio determinado que sustenta la propia actividad turística. Admitiendo éste contexto, que es parte ineludible del fenómeno turístico, sus efectos y expresión territorial son estudiados desde una perspectiva espacial.

A la característica “multidimensionalidad” del territorio (Altschuler, 2013) se le suma que el turismo es esencialmente una actividad multiescalar (ámbito internacional, global, regional, local, etc.) que genera patrones de interacción, impactos y efectos espacialmente distribuidos. Esta circunstancia se relaciona con los diversos desplazamientos y movimientos de carácter transitorio, temporal, o habitual en los destinos turísticos y regiones asociadas. Todos estos factores, junto a otros más convencionales como los aspectos económicos, sociales, culturales o ambientales adscritos a un territorio son tradicionalmente el habitual espacio de trabajo del geógrafo, y hacen que el turismo tenga incorporada una dimensión geográfica.

La planificación turística, tal y como se ha desarrollado, la ha convertido en un foco de atracción de la ordenación territorial y de la planificación económica por igual. Un ejemplo de ello es la capacidad que despliega la actividad turística a la hora de transformar territorios de acogida –como el Levante español– tanto física como socialmente.

En este caso, la actividad turística, influye directamente en el ordenamiento territorial al ser tenida en cuenta, y constituir en muchos casos, parte integral de la estrategia planificadora y regulatoria de los diferentes comportamientos en el sector, por parte de sus usuarios y en sus diferentes aspectos económicos, sociales y ambientales.

Terminando por constituir al territorio como parte intrínseca del producto turístico y convirtiéndose en la imagen de marca más eficaz (en términos de marketing territorial), capaz de captar por sí mismo la atención del cliente. Con la diversificación y el desarrollo de modelos turísticos innovadores, las necesidades de los distintos medios de acogida se han ido adaptando a los nuevos requerimientos del consumidor turístico, superando el aprovechamiento de gran impacto y adoptando nuevos esquemas íntimamente ligados a la ordenación territorial (ordenación y planificación de recursos, protección y evaluación ambiental, regulación de actividades, planeamiento de infraestructuras, etc.). Llegándose a

promover en los años 90 el establecimiento, de manera legal, de la necesaria identificación por parte de las AA.PP. de la relación que existe entre el turismo y la ordenación territorial con el objetivo de generar un marco jurídico conjunto que priorice la sostenibilidad y la calidad de la oferta mediante la colaboración entre las administraciones y el sector. (Palomeque, 1999)¹¹

Son todas estas circunstancias las que ejemplifican la amplitud y heterogeneidad de la actuación geográfica, ponen de manifiesto la aptitud interdisciplinar del análisis geográfico y contribuyen a reconocer la idoneidad de la geografía en el estudio turístico como campo de conocimiento que fundamenta su labor en la síntesis de la acción humana y ambiental.

¹¹ Haciendo referencia a las conclusiones del III Congreso Nacional de Turismo de 1998, en su Panel III “Turismo y Territorio” (Palomeque, 1999). Política turística y territorio en el escenario del cambio turístico. [11]

4. LOS CASOS DE CASTILLA Y LEÓN Y CASTILLA-LA MANCHA¹²

4.1. La perspectiva geográfica y su influencia en la planificación de la política turística autonómica

Castilla y León y Castilla-La Mancha constituyen dos territorios de similares características, ambos son amplios espacios con multitud de recursos, tanto naturales (condiciones climáticas aptas para distintas modalidades turísticas y diversidad de paisajes), como culturales (patrimonio etnográfico y artístico), pero también, disponen de una infraestructura técnica (redes de transporte, alojamientos, recursos humanos, etc.) y una situación (cercanía a densos espacios urbanos y grandes nudos de comunicaciones) que les hacen atractivos para el aprovechamiento turístico.

Asimismo, también representan espacios en los que se han establecido nuevos modelos de desarrollo turístico ajenos, por sus condicionantes geográficos, a las modalidades tradicionales (como el turismo de sol y playa) que disponen de un sector mucho más intenso en su desarrollo –tanto desde el punto de vista de la demanda, una mayor cantidad de consumidores, como desde el de la oferta, un crecimiento mayor de las plazas y alojamientos–

El modelo tradicional genera un atractivo mucho mayor en el consumidor exterior, haciendo que el soporte de la demanda turística de comunidades como CyL; CLM sean los residentes nacionales, y exhibiendo a ambas como “referentes del turismo interno.”¹³ La cantidad de turistas recibidos por Castilla y León en 2014 fue el 1,5% del total, Castilla-La Mancha el 0,3%, 996.065 y 182.612 turistas internacionales respectivamente.

Para comprender el proceso seguido a la hora de comparar ambas comunidades, y el uso de determinados datos para el mismo, se plantea una reflexión previa; entendiendo que las estancias turísticas en CyL; CLM son en general de corta duración – la estancia media anual de los viajeros¹⁴ en Castilla y León es de 1,6 días y en Castilla-La Mancha de 1,5 días, frente al promedio nacional de 3 días en 2014, un dato que se ha mantenido casi invariable desde 1999, no así para el dato nacional que era de 2,6 días-, que la cuota de turistas es realmente

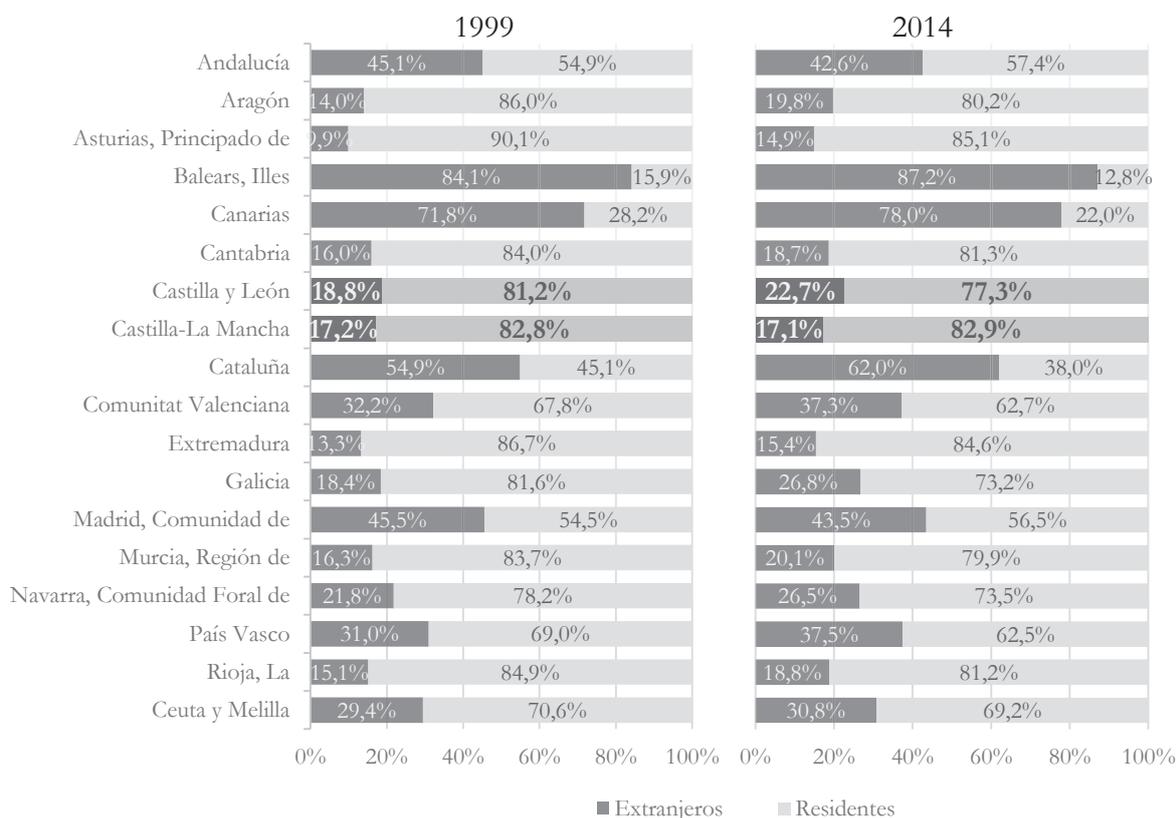
¹² En el Anexo aclaratorio de la página 76 [12] se dispone de una recopilación de términos y conceptos según la metodología del INE y el IET a los que se hará referencia en el presente, y sucesivos apartados.

¹³ El turismo interno hace referencia al tipo de turismo que es realizado dentro de las fronteras nacionales (turismo de interior) por turistas residentes en el propio país.

¹⁴ El número medio de pernoctaciones en cada viaje.

minoritaria sobre el total y que el carácter económico del aprovechamiento turístico hace un uso muy elevado de la posición de cercanía a grandes núcleos emisores de consumidores de productos turísticos. Se plantea el uso complementario de datos sobre viajeros como fundamentales para presentar el valor del turismo de proximidad en ambas Comunidades. Concibiendo por turismo de proximidad, aquel en el que la realización de actividades turísticas tiene un componente de cercanía espacial muy importante que determina buena parte de las relaciones existentes entre dichos consumidores y los residentes, así como su duración. Constatando que todo ello puede hacer a la mención exclusiva de datos sobre turistas enmascare aspectos fundamentales que los datos de viajeros pueden aportar sobre comunidades con modalidades turísticas tan definidas como Castilla y León o Castilla-La Mancha.

Figura 12: Viajeros entrados por CC.AA. en 1999 y 2014, tipo de viajero



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015

Al comparar las tipología de los viajeros¹⁵ recibidos por las dos comunidades (*Figura 12*) se puede observar como son, fundamentalmente, residentes en España, y además, que esa situación apenas ha variado en el transcurso de 15 años y muy particularmente en el caso de Castilla-La Mancha (CyL: 81,2% en 1999, 77,3% en 2014, CLM: 82,8% en 1999, 82,9% en 2014). CyL; CLM se posicionan como 5ª y 8ª¹⁶ en el total de viajeros residentes en España recibidos en 2014, pese a ser la 7ª y 11ª Autonomías en viajeros recibidos en total. (INE, 2015). Este marco general que explica en parte la modesta situación del sector turístico -y su fuerte dependencia del mercado interno como se verá después al observar el impacto de períodos de coyuntura económica desfavorable en España-

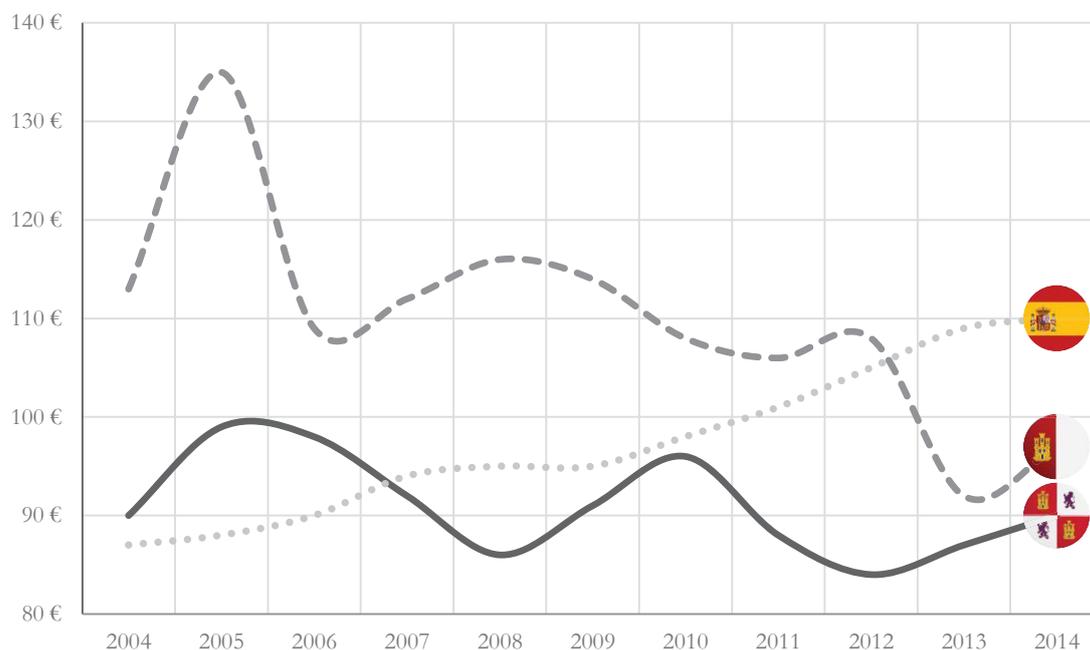
En CyL y CLM también se observa una notable estacionalidad en los períodos de mayor intensidad turística, en este caso no se encuentra influido tanto por las condiciones climáticas (aprovechamiento de recursos característicos, problemas en el tránsito de viajeros, etc.), que son características del modelo turístico de las comunidades costeras y determinan buena parte cuota turística, sino por los períodos que se corresponden con las vacaciones laborales (estivales, navidades, y por encima de la media nacional en semana santa) que influyen de manera firme en los movimientos turísticos que se realizan tanto a Castilla y León como a Castilla-La Mancha.

En términos del origen de los turistas, la mayor parte son procedentes de autonomías limítrofes (País Vasco, Galicia, Madrid, Comunidad Valenciana, Andalucía), poniendo de relieve la importancia de la proximidad respecto de la actividad turística, de la propia Castilla y León, pero también de comunidades pobladas como Cataluña con un gran mercado emisor.

¹⁵ Viajero: Toda aquella persona que realiza una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento. IET. Principal dato homogéneo y disponible a la hora de comparar tipologías, alojamiento y motivaciones.

¹⁶ CyL: Total: 4.192.030, de los que residentes en España son: 2.983.42. CLM: Total: 1.893.932, de los que residentes en España son: 1.568.260

Figura 13: Evolución del gasto medio turístico anual en €/día, 2004-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos primarios de la S. G. de Conocimiento y Estudios Turísticos, IET. 2015

Al observar datos sobre turistas internacionales se puede ver que tanto para el aspecto económico (gasto turístico) como para la estancia media, ambas cifras son bastante inferiores al dato nacional.

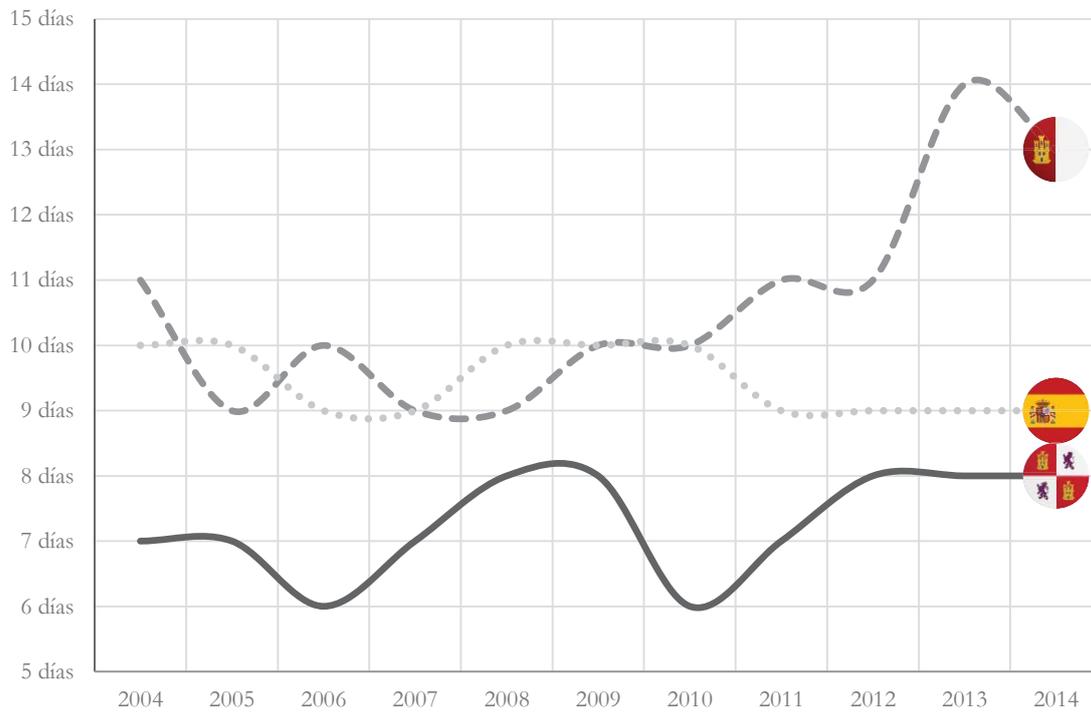
Mientras que el gasto turístico ha ido cayendo desde principios de siglo en ambas comunidades, lo que ha contribuido a sustentar la idea de que la notable disminución de los movimientos internos de los españoles debido a la crisis, y especialmente a partir de 2010 (Figura 4), ha deprimido indicadores turísticos (tanto de gasto, como estancia y atracción de demanda.)¹⁷

Sin embargo, el promedio nacional ha ido evolucionando positivamente, y prácticamente sin interrupciones, gracias al extraordinario empuje de comunidades como Madrid, Cataluña, Galicia, Asturias o Murcia, todas ellas con tasas medias anuales acumuladas superiores al 2%¹⁸, por el contrario tanto Castilla y León como Castilla-La Mancha son las dos que más se han distanciado del promedio nacional durante estos 10 años (Tabla 1).

¹⁷ Aunque en el caso de Castilla-La Mancha partía de un gasto medio bastante superior a la media.

¹⁸ EGATUR, variación del gasto medio turístico anual de las CCAA.

Figura 14: Evolución de la estancia media de los turistas en días, 2004-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos primarios de la S. G. de Conocimiento y Estudios Turísticos, IET. 2015

Tanto los condicionantes geográficos, como la observación del saldo turístico reciente, ayudan a entender la orientación que ha guiado el desarrollo de la actividad turística, en el siguiente apartado se va a tratar de sintetizar cuales han sido esos objetivos recientes que han dirigido la política turística de las dos autonomías, y por qué se ha apostado por esa línea.

4.2. Características y objetivos de la política turística de CyL; CLM

En primer lugar en Castilla y León la política turística está parcialmente relacionada con la ordenación territorial a través de la Ley 14/2010 de Turismo de Castilla y León, que reconoce tanto la ordenación territorial de los recursos turísticos, su carácter territorial y sectorial, (artículo 55), como la instrumentalización a través de los Planes y Proyectos Regionales en el marco de las Directrices de Ordenación del Territorio de Castilla y León. Siendo por tanto, que la ordenación de recursos turísticos se atenderá a lo estipulado en la legislación de ordenación del territorio, garantizando cierta sincronía en las actuaciones. En el caso castellano-manchego la legislación turística es de 1999 y no menciona ni una sola vez la ordenación, o planificación territorial, ateniéndose exclusivamente a la planificación sectorial, los aspectos urbanísticos o características y competencias vinculadas al ámbito territorial de la actividad. En cualquier caso, la Estrategia Territorial de Castilla-La Mancha reconoce la importancia del turismo como activo importante en el desarrollo económico y particularmente en el desarrollo local.

Como se ha explicado anteriormente, la planificación turística reciente venía implementada dentro del marco español, particularmente del Plan Horizonte 2020 y de los dos planes nacionales de turismo existentes entre 2008 y 2015. En ambos casos, también, la política de vinculada con Europa, en particular a través de los programas de desarrollo rural (Proder, Leader I y II, Leader +) han tenido una especial incidencia en la actividad turística como factor de desarrollo local. En ese sentido, la programación vinculada al desarrollo de áreas rurales ha actuado de manera muy intensa a través de la promoción público-privada de actividades turísticas rurales, en especial por su específica capacidad para atraer capitalización privada, frente a otras iniciativas. Pero también, por su considerable éxito y su capacidad de acción multilateral e integradora de diversos campos (social, económico, cultural, ambiental, demográfico, etc.) como puede ser a través de la restauración y revitalización de recursos preexistentes, la creación ex-novo de productos, las medidas de conservación y recuperación ambiental, la potenciación de patrimonio cultural, creación de redes comunitarias, etc. destacando ante todo la percepción generalizada de su potencial como elemento dinamizador de la actividad productiva local.

Para el primero de los dos casos, Castilla y León, la administración autonómica ha desarrollado varios planes regionales destinados a potenciar y diversificar la actividad turística

como fuente de crecimiento socioeconómico local. Desde la primera planificación regional: Plan Regional para el Desarrollo Turístico de la Comunidad de Castilla y León (1995-2000) hasta llegar a los dos últimos Planes Estratégicos de Turismo 2009-2013 y 2014-2018, la coyuntura económica y la especialización de la actividad contribuyeron a identificar determinados retos vinculados al posicionamiento y diferenciación de los productos turísticos castellanoleonese y a la potenciación y ampliación de la oferta de alojamiento.

Las principales líneas de actuación seguidas hasta la realización del vigente plan estratégico son las siguientes:

- Reducción de la tramitación burocrática relacionada con la actividad turística.
- Creación de instituciones vinculadas con la coordinación entre administraciones y con el sector privado (Consejo Autonómico de Turismo de Castilla y León.)
- Remodelación de la Central de Reservas de Turismo Rural de Castilla y León.
- Refuerzo y promoción de la competitividad del producto turístico a través de planes de actuación (excelencia, diferenciación, puesta en valor, etc.)
- Reconversión productiva de comarcas y restauración de espacios deteriorados.
- Fomento y promoción de la actividad turística vinculada al patrimonio arquitectónico y etnográfico de la comunidad.
- Apoyo a la comercialización
- Actuación sobre productos vinculados a la actividad turística (carácter gastronómico, actividades culturales, etc.)
- Marketing territorial y promoción de la oferta turística en fechas señaladas, política promocional a través de la consolidación de una marca turística (“Castilla y León es vida”, Castilla y León, el museo más grande del mundo está vivo”.)

Tras la valoración de los resultados obtenidos en los planes previos, se decidió establecer una serie de objetivos en el PET 2014-2018 destinados a mejorar el posicionamiento como destino turístico de Castilla y León, tanto en el marco internacional, como sobre todo en el nacional:

1. Fortalecer el tejido empresarial turístico de Castilla y León-
2. Avanzar en la profesionalización de los RR.HH. del sector y en la gestión del conocimiento turístico.

3. Rentabilizar las infraestructuras turísticas de la comunidad para crear una oferta turística competitiva que ponga al sector turístico al servicio de la cohesión territorial.
4. Potenciar la competitividad del sector turístico castellanoleonés a través de la innovación y la calidad.
5. Fortalecer la presencia de Castilla y León en los mercados turísticos, a través de la promoción y la comercialización, con especial incidencia en la internacionalización de la oferta turística.

Fuente: Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2014-2018

En el caso castellano-manchego, la planificación turística ha venido determinada fundamentalmente por el Plan de Ordenación y Promoción del Turismo de Castilla-La Mancha (2006-2009) y por el Plan Estratégico de Turismo 2010-2014, aunque del mismo modo que en Castilla y León, se han implementado políticas de carácter transversal en el que la incidencia en el ámbito del turismo ha sido diversa, por ejemplo el Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible del Medio Rural de Castilla-La Mancha 2008-2013 o el Plan de Reactivación de la Economía de Castilla-La Mancha, a los que no se va a hacer referencia en éste TFG.

El Plan Estratégico del Turismo 2010-2014 se enmarcaba en un período temporal complicado por multitud de factores, en especial por la mala situación financiera de la comunidad y por la crisis económica que incidió de manera muy especial en la actividad turística a partir del año 2010-2011.

Tras el estudio de la coyuntura económica, social y demográfica, teniendo en cuenta los condicionantes territoriales que influyen en la toma de decisiones y particularmente de la trayectoria reciente de la actividad turística, las autoridades de Castilla-La Mancha asumieron que la posición estratégica de la comunidad pasaba por la ganancia de competitividad en el modelo turístico de “interior”, sobre todo en lo que respecta a destinos directamente competidores como Castilla y León y Extremadura.

Particularmente analizaron la necesidad de reforzar el carácter internacional de la oferta turística, el desarrollo turístico a partir de la potenciación de la sostenibilidad y la incorporación de técnicas y procedimientos innovadores en el marketing turístico, la consolidación de la marca turística “Castilla-La Mancha, descubre y siente.”, la potenciación de la participación del sector privado en la promoción turística, el desarrollo de nuevos

planteamientos y productos turísticos y la implementación de nuevas estrategias de segmentación de la demanda.

A partir de todo ello, el PET-CL 2010-2014 plantearía los siguientes objetivos estratégicos:

1. “Incremento del número de turistas que acuden a Castilla-La Mancha, el gasto medio de los turistas en destino y la estancia media, mediante la implementación de estrategias de promoción atendiendo a los productos y mercados/segmentos de mercado objetivo, considerando las diferentes zonas turísticas de la Región.”
2. “Desarrollar un modelo sostenible en consonancia con la Estrategia Regional de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático.”
3. “Establecer las directrices y estrategias de desarrollo turístico como guía del resto de la planificación sectorial en relación con el turismo, optimizando la eficacia y eficiencia de políticas públicas convergentes en el sector.”
4. “Potenciar la competitividad del destino Castilla-La Mancha, impulsando, apoyando y promocionando la formación, la calidad y la innovación. Aumentando la participación del sector privado en la gestión y promoción del destino, especialmente en aspectos de competitividad y en la generación de producto.”
5. “Consolidar el posicionamiento de imagen de marca en mercados actuales y en nuevos mercados, asociar la marca a productos estrella y productos que contribuyan a diferenciar el destino.”

Fuente: Plan Estratégico del Turismo de Castilla-La Mancha 2014-2018.

Con características similares en lo que a infraestructuras, distribución y estructura de la población, actividades productivas, cantidad de patrimonio cultural y natural y mercados potenciales, ambas comunidades han optado en base a las características de los consumidores turísticos receptores (principalmente atraídos por la oferta cultural, de tipología eminentemente nacional, de carácter estacional y de estancias reducidas) por tratar de definir, y distanciar de la competencia, su modelo turístico.

4.3. La singularización y las diferencias entre ambas estrategias turísticas

Para tratar de particularizar la situación turística de ambas comunidades, señalar sus potenciales y desequilibrios, tratando de establecer la posición competitiva de CyL; CLM se va realizar un esquema de conclusiones previas que será complementado con la evaluación del grado de especialización turística del siguiente apartado.

Se ha optado por aplicar un esquema DAFO simplificado, intuitivo y con vistas a homogeneizar las conclusiones con el siguiente apartado., que permite obtener de un vistazo el estado actual de un territorio a través de la aplicación del método cuyas siglas hacen referencia a las Debilidades (D), Amenazas (A), Fortalezas (F) y Oportunidades (O).

Figura 15: Esquema DAFO



Fuente: Elaboración propia a partir de “La Pizarra como medio de Dinamización: Comarca de la Cabrera”, Jañez García, Martín Benedit y Prieto Vega 2015.

Aspectos Positivos (Ventajas Competitivas):

- **“Fortalezas:** Elementos o factores internos (pertenecientes al propio ámbito de análisis) positivos y funcionales que hacen “fuerte” o “competitivo” a un territorio respecto de otros.”
- **“Oportunidades:** Elementos o factores externos positivos y potenciales que pueden afectar o ayudar a que un territorio se desarrolle de forma positiva en un futuro.”

Aspectos Negativos (Desventajas Competitivas):

- **“Debilidades:** Elementos o factores internos (pertenecientes al propio ámbito de análisis) negativos y disfuncionales que hacen “débil” o “vulnerable” a un territorio respecto de otros.”
- **“Amenazas:** Elementos o factores externos negativos y que potencialmente pueden afectar o perjudicar la sostenibilidad de un territorio, poniéndole en peligro.”

Fuente: Elaboración propia a partir de “La Pizarra como medio de Dinamización: Comarca de la Cabrera”, Jañez García, Martín Benedit y Prieto Vega 2015.

4.3.1. El posicionamiento firme de Castilla y León

Castilla y León a lo largo de la última década se ha definido como un destino turístico líder en el turismo interno, caracterizándose por aprovechar su estratégica situación geográfica, una extensa malla de transportes y la fuerte promoción en grandes mercados como son Madrid, País Vasco o Cataluña. A través de la potenciación de una marca territorial propia y distinguida, y la diversificación de su oferta de productos turísticos (naturales y culturales) con una estrategia de complementación a través de servicios auxiliares (gastronómicos, enológicos, educativos, etnográficos, etc.)

Aunque la etapa más reciente se ha caracterizado por un estancamiento de la cuota turística (en torno al 2,3% de las pernoctaciones totales) y también de la oferta de alojamiento (4,1% de las plazas medias), un leve aumento del gasto turístico y de la demanda extranjera, Castilla y León tiene varios puntos fuertes que le hacen distanciarse enormemente de sus competidores directos como por ejemplo Castilla-La Mancha.

Figura 16: Conclusiones DAFO – Castilla y León

POSITIVO (Ventajas competitivas)		NEGATIVO (Desventajas competitivas)		
	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Sector turístico	Accesibilidad y alta densidad de infraestructuras de transporte	Consolidación de la marca territorial y notable efectividad de las Campañas de marketing turístico	Bajos ingresos de la actividad turística (16/17 CC.AA. en gasto medio de los turistas)	Incertidumbre en la operatividad y escasa proyección del transporte aéreo
	Importante cuota de mercado en modalidades turísticas como el turismo cultural o el turismo rural (17,5% del total)	Diversificación y consolidación de la oferta turística complementaria	Fuerte estacionalidad y estancamiento del período de estancia media de turistas y viajeros	Lenta incorporación a las nuevas técnicas y procedimientos en materia de gestión y centralización de la oferta turística
	Abundancia de alojamiento rural (20% del total de plazas anuales en España)	Escasa masificación de los destinos turísticos	Demanda turística inestable muy vinculada a coyunturas económicas	Política turística excesivamente dependiente del sector público
	Proximidad a los principales mercados emisores (País Vasco, Madrid, Cataluña, Andalucía)	Potencial aprovechamiento de las mejores perspectivas económicas	Dependencia del mercado interno (77,3% de los viajeros son residentes en España)	

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. La apuesta turística de Castilla-La Mancha

Castilla-La Mancha parte de un peldaño inferior en cuanto a aprovechamiento del tiempo y a desarrollo de estrategias e iniciativas turísticas, aunque cuenta con varios focos de alta intensidad turística como Toledo o Cuenca, las cifras de establecimientos y su concentración espacial exponen una red empresarial poco dinámica y muy dependiente de la actividad turística instalada antes de la iniciación de políticas turísticas por parte de la comunidad.

En la misma línea la oferta es poco diversa y se centra de manera muy firme en el componente cultural, tal y como exponen los gustos de los turistas. En ese sentido la oferta turística se muestra muy tradicional y poco diversificada.

La mínima cuota de viajeros y turistas extranjeros (15/17 CC.AA. y la que menos ha crecido desde 2001) muestra un sector muy dependiente del mercado interno y con una mínima proyección internacional lo que redundará en un ineficiente gasto de recursos públicos en materia de promoción que sin embargo sí han tenido éxito en el área comercial y en la colocación de productos complementarios. La falta de planificación y coordinación en materia turística, podría haber influido, pues cuenta con una amplia red de recursos turísticos y en la comparación con Castilla y León sale mal parada en casi todos los indicadores referidos a la variación de la demanda turística.

Figura 17: Conclusiones DAFO – Castilla-La Mancha

POSITIVO (Ventajas competitivas)		NEGATIVO (Desventajas competitivas)		
	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Sector turístico	Accesibilidad y alta densidad de infraestructuras de transporte, incluida la Alta Velocidad	Potencial del sector comercial	Baja prioridad política de la actividad turística	Incertidumbre en la operatividad y escasa proyección del transporte aéreo
	Posición estratégica como lugar de tránsito entre el Norte, el Mediterráneo y el Sur	Diversificación y consolidación de la oferta turística complementaria	Fuerte estacionalidad y estancamiento del período de estancia media de turistas y viajeros	Fuerte caída de los ingresos de la actividad turística (Mayor caída de todas las CC.AA. desde 2004 -3,5% pese a partir de una buena posición promedio)
	Crecimiento sostenido del alojamiento rural	Recursos turísticos de reconocido prestigio y trayectoria (Toledo con un importante flujo de extranjeros)	Demanda turística inestable muy vinculada a coyunturas económicas	Incapacidad para seguir el desarrollo del sector de competidores directos como Castilla y León
	Proximidad a los principales mercados emisores (Madrid, Cataluña, Comunitat Valenciana, Andalucía)	Potencial aprovechamiento de las mejores perspectivas económicas	Dependencia del mercado interno (82,9% de los viajeros son residentes en España, en 2001: 82,8%)	Estancamiento prolongado de la llegada de viajeros (TMAA 1999-2014: 0,1%, peor cifra de todas las CC.AA.)

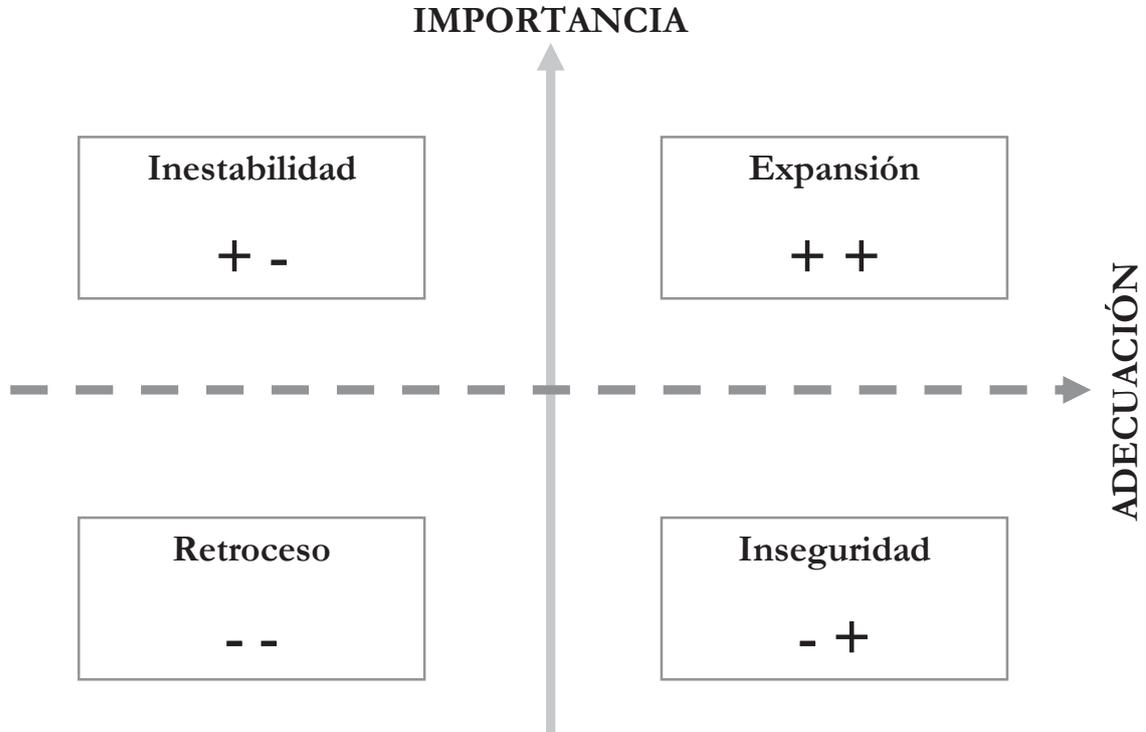
Fuente: Elaboración propia.

4.4. Evaluación de los resultados y el grado de especialización turística

4.4.1. El análisis sistematizado como método para comprender el desarrollo y la situación del sector turístico

La metodología comparativa sobre la que pivota el presente trabajo se basa en el método cuantitativo de análisis de resultados. Apoyado en un procedimiento sistematizado destinado a examinar información creada o compilada a tal efecto. En este caso consideramos que el análisis “Importance-Performance”, o de Importancia-Adecuación es el más indicado para establecer una comparación efectiva de los resultados de las políticas turísticas de CyL; CLM, por tener la capacidad de relacionar datos de oferta y demanda turística de diferentes regiones, adaptados a la matriz base, por haber sido usado en investigaciones similares (Mir., 2014; Casino Martínez, 2000; J Bénéitez, SC Yeto, 2011) y por resultar muy visual a la hora de respaldar conclusiones.

Figura 18: Matriz – Análisis IPA



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

La recomendación al utilizar un método de este tipo es no utilizar datos que pueden desvirtuar o sesgar los resultados, en este caso se ha optado por la Tasa Media Anual Acumulativa (Nota final 1), que supone el incremento medio acumulado en los datos (cuota de oferta y demanda, promedio de estancia y gasto), interanualmente y a lo largo de un marco temporal determinado (1999-2014, 2001-2014 o 2004-2014 en función de la disponibilidad de datos). Con ello se facilita la homogeneización de indicadores respecto del resto de figuras utilizadas en el trabajo.

Para el desarrollo de las conclusiones se aplicará el análisis lógico en función de la estructura de los datos expuestos según la tipología del cuadrante. Asumiendo como razonable, por ejemplo, que durante el estudio de oferta/demanda, una comunidad situada en el cuadrante de Inestabilidad, tenga una situación de crecimiento del número de plazas de alojamiento (oferta) y una caída de las pernoctaciones (demanda), con lo cual se generará una situación de inestabilidad o incertidumbre en la que el número de viajeros es insuficiente para la cantidad de plazas existentes, siendo por tanto un uso ineficiente de los recursos disponibles que puede ser debida a una inversión inadecuada, a una proyección equivocada o a un uso temporal de los establecimientos que provoca una infrautilización en la actualidad.

Para los resultados se han utilizado los datos de oferta (oferta hotelera, plazas medias estimadas anualizadas) y demanda (pernoctaciones), por tipo de establecimiento, estancia media de viajeros, ocupación media anual, gasto medio de turistas y estancia media de turistas.

Siglas de las CC.AA:

Andalucía: AN

Aragón: AR

Asturias, Principado de: AS

Baleares, Illes: IB

Canarias: CN

Cantabria: CB

Castilla y León: CL

Castilla-La Mancha: CM

Cataluña: CT

Comunitat Valenciana: VC

Extremadura: EX

Galicia: GA

Madrid, Comunidad de: M

Murcia, Región de: MC

Navarra, Comunidad Foral de: NC

País Vasco: PV

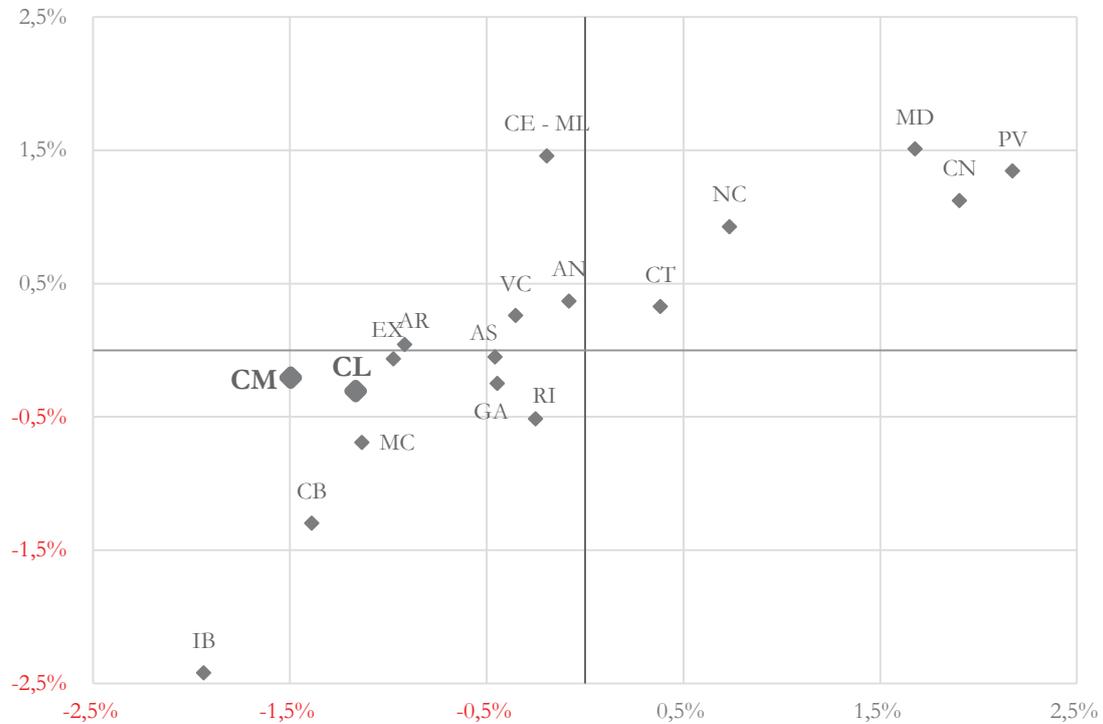
Rioja, La: RI

Ceuta y Melilla: CE-ML

Fuente: Códigos ISO

4.4.2. Aplicación al caso comparado de CyL; CLM

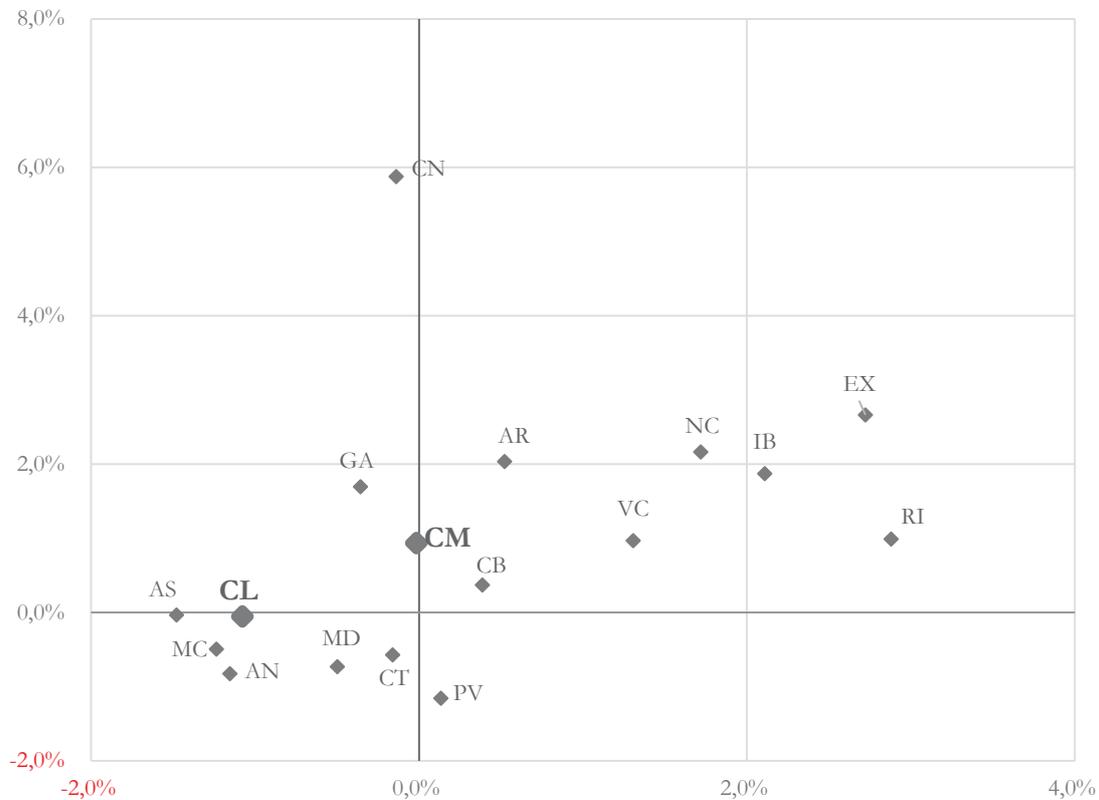
Figura 19: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda hotelera, 1999-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir., 2014)

La variación de la cuota de la oferta y demanda hotelera de Castilla y León es en ambos casos negativa y son representados en el cuadrante de retroceso. Eso significa que ambas magnitudes retroceden, decrecimientos tanto de la oferta de establecimientos hoteleros como de la demanda de turistas en el período 1999-2014, exponiendo una falta de adecuación del modelo turístico hotelero que es incapaz de captar consumidores y que por ende disminuye su capacidad de alojamiento.

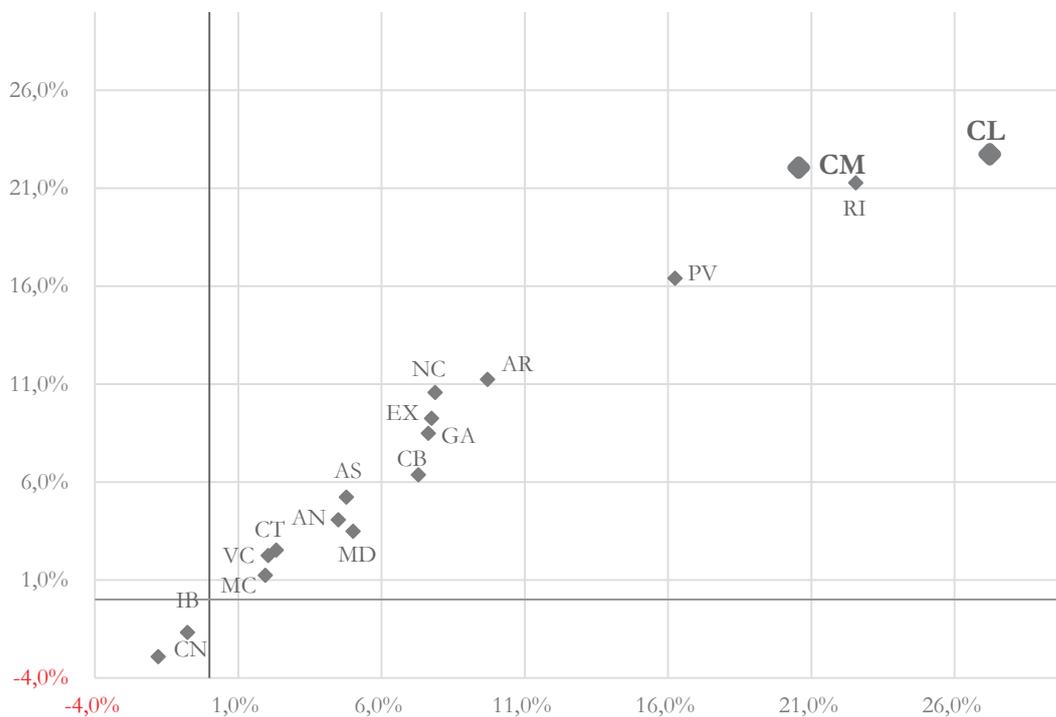
Figura 20: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda de acampamentos, 1999-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir., 2014)

Para los denominados acampamentos turísticos, o campings, Castilla y León aparece también como en retroceso, siendo incapaz de aumentar la demanda turística pero manteniendo al mismo tiempo casi estable la oferta de acampamentos durante los últimos 10 años con la consiguiente infrutilización de recursos y la incapacidad para diversificar la oferta, siendo esto un dato interesante dado que Castilla y León es la 4ª CC.AA. en número de plazas de campings pero la 8ª en cuota de mercado, por su parte Castilla-La Mancha se mantiene en el límite entre la inestabilidad y la expansión, al no haber conseguido aumentar la demanda pese al crecimiento de plazas desarrollado durante los últimos 14 años casi de manera ininterrumpida.

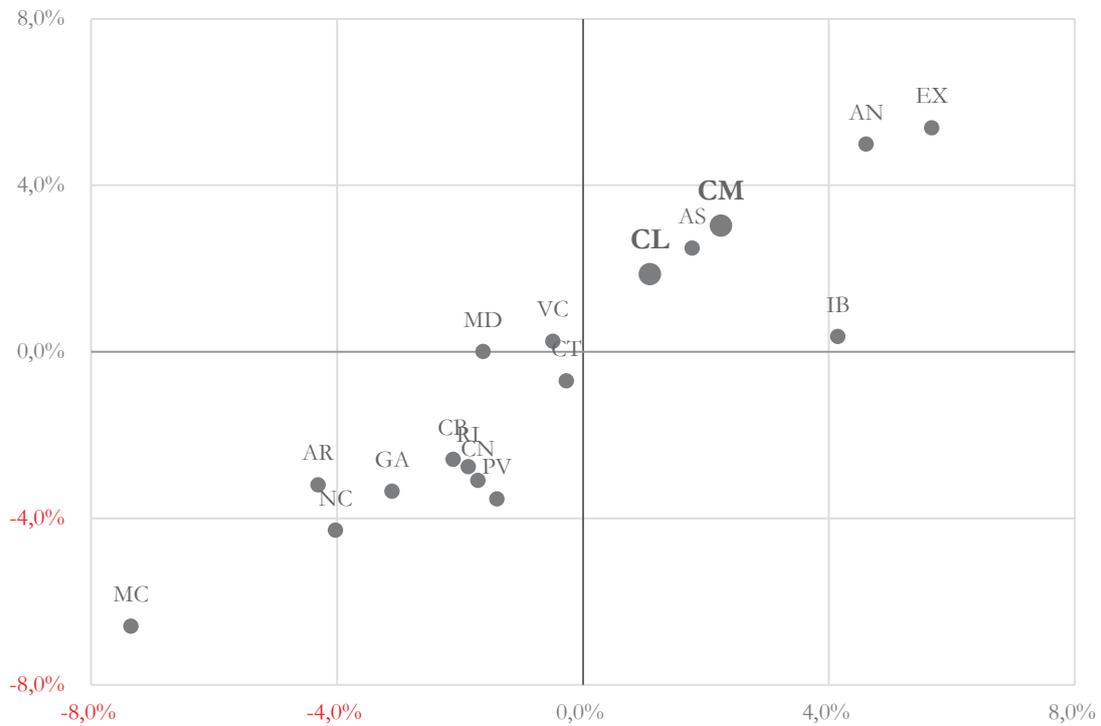
Figura 21: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda de apartamentos, 1999-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

Los apartamentos turísticos, por el contrario, sufren un incremento espectacular tanto de la oferta como de la demanda, de manera similar al resto de comunidades, en este caso ha primado la falta de regularización del sector y la amplia entrada de alojamientos en todas las comunidades menos en Baleares (especialización hotelera) y Canarias (partía de una cuota muy alta de oferta). Dada esta circunstancia tanto Castilla y León como Castilla-La Mancha que partían de una situación casi inexistente de apartamentos han acumulado un crecimiento mayor a lo largo de estos años, como ha ocurrido de manera similar en La Rioja o el País Vasco.

Figura 22: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda de alojamientos rurales, 1999-2014

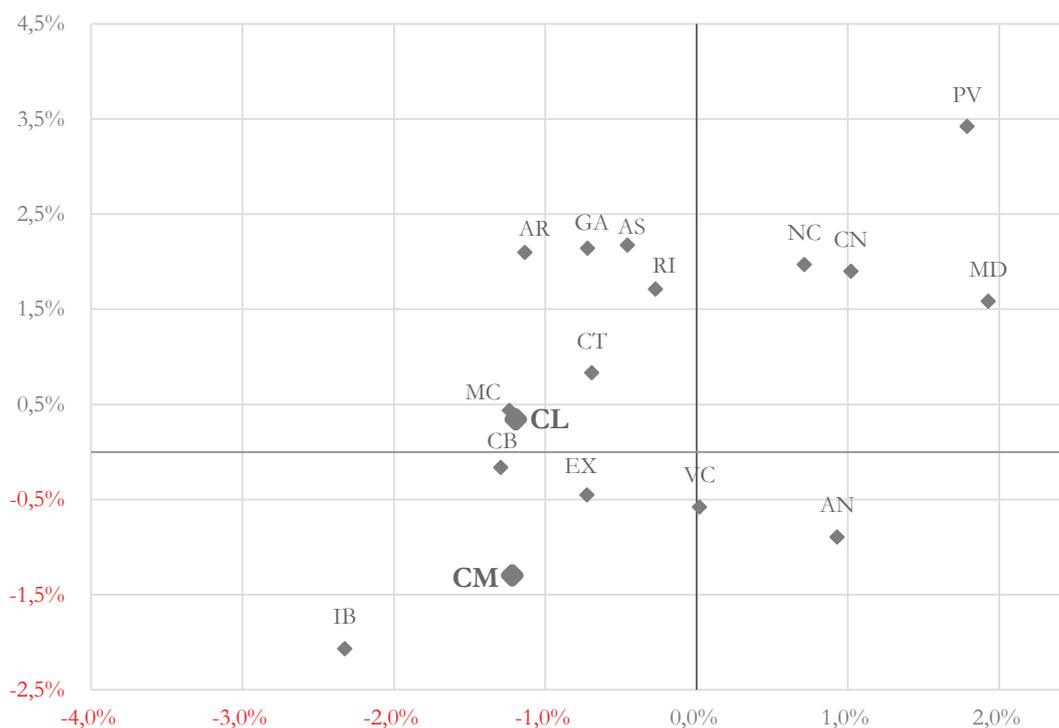


Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

En ambos casos tanto la demanda como la oferta aumenta, el turismo rural ha sufrido una expansión de carácter importante en los últimos años a expensas de políticas de carácter sectorial, de desarrollo rural o políticas turísticas en combinación con ambas. Tanto en Castilla y León como en Castilla-La Mancha se refleja una expansión de la oferta y la demanda, pero siendo esta inferior a la primera lo que pone en evidencia que el ajuste del sector no ha sido lo suficientemente fuerte a la espera de un repunte de la demanda como venía sucediendo hasta 2011 con la caída de los movimientos turísticos internos.

Un aspecto interesante a la hora de comparar dos autonomías tan similares en forma y fondo es el análisis según la procedencia de los viajeros, para con ello determinar cuan atractivo resulta una determinada oferta turística para los residentes y extranjeros.

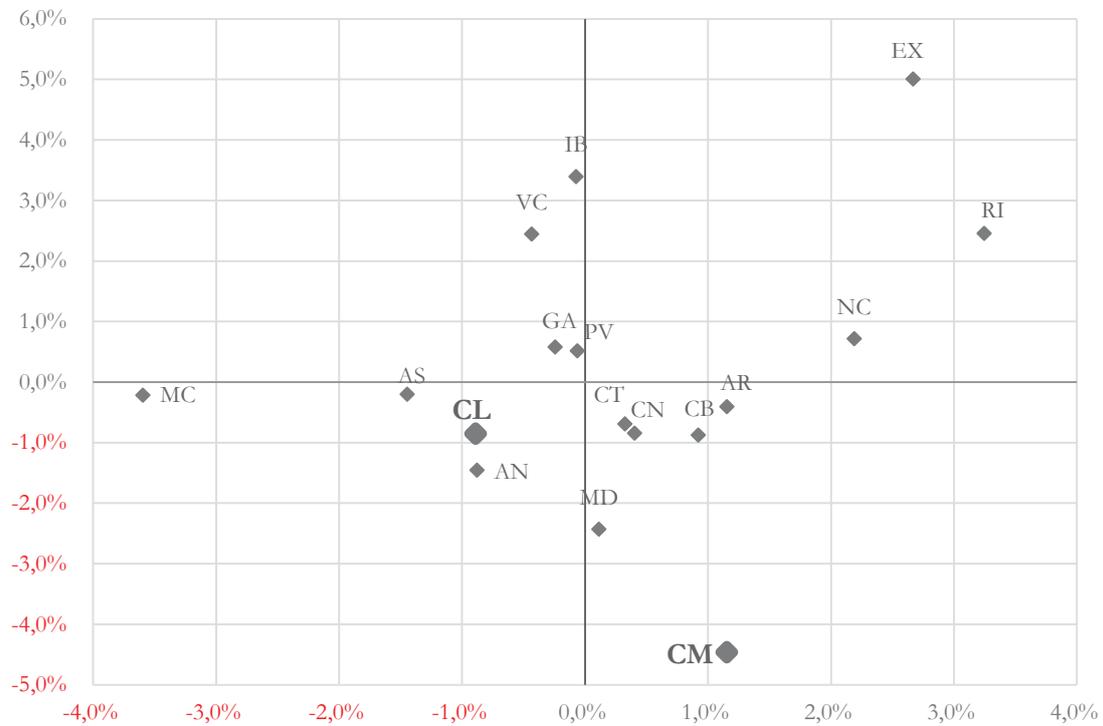
Figura 23: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, establecimientos hoteleros, 2001-201



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

En el caso de los establecimientos hoteleros, para los viajeros residentes en España y extranjeros que recaban en Castilla-La Mancha no resulta atractivo (--), ambos colectivos disminuyen durante el período de análisis, frente al caso castellanoleonés en el que los extranjeros lo consideran atractivo, con cierta tendencia hacia el retroceso pero por el momento se mantiene en un umbral positivo.

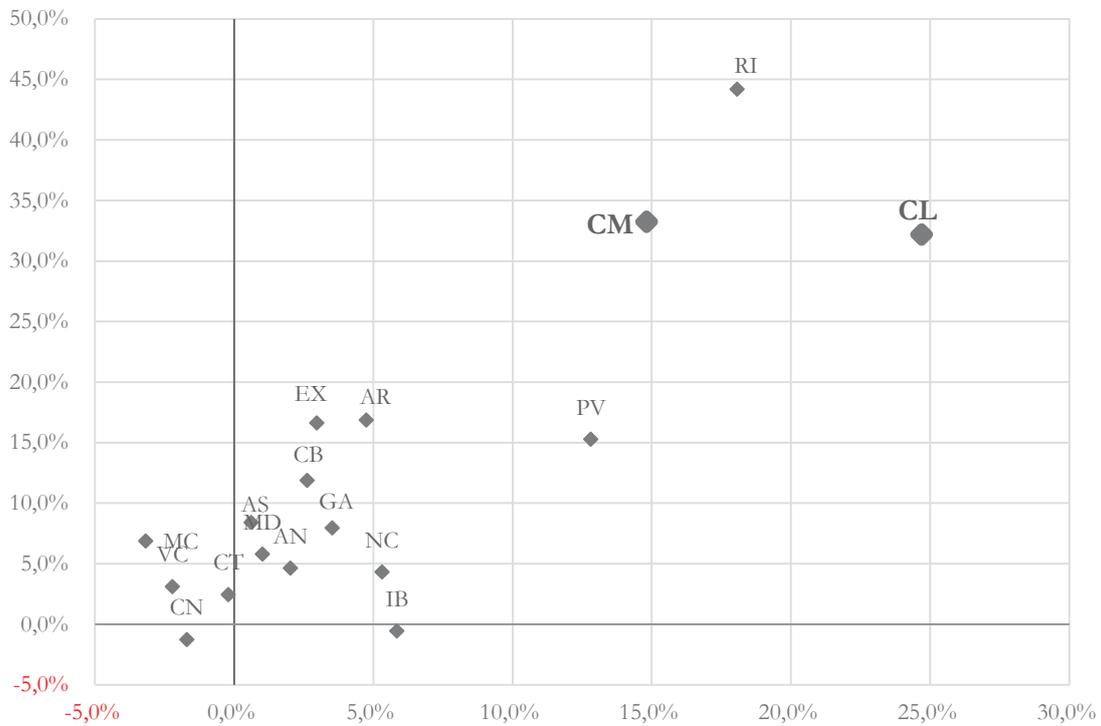
Figura 24: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, acampamentos turísticos, 2001-201



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

La falta de atracción que generan los campings, o acampamentos turísticos, es manifiesta en ambas comunidades. En primer lugar en Castilla y León ambos colectivos disminuyen su cuota de demanda durante estos años y se posiciona como una comunidad en retroceso, frente al caso castellano-manchego en el cual paradójicamente resulta atractivo para los residentes que aumentan su cuota, pero cae bruscamente para los extranjeros, aunque la cuota que representan es mínima (0,2% del total de viajeros extranjeros en acampamentos en 2014)

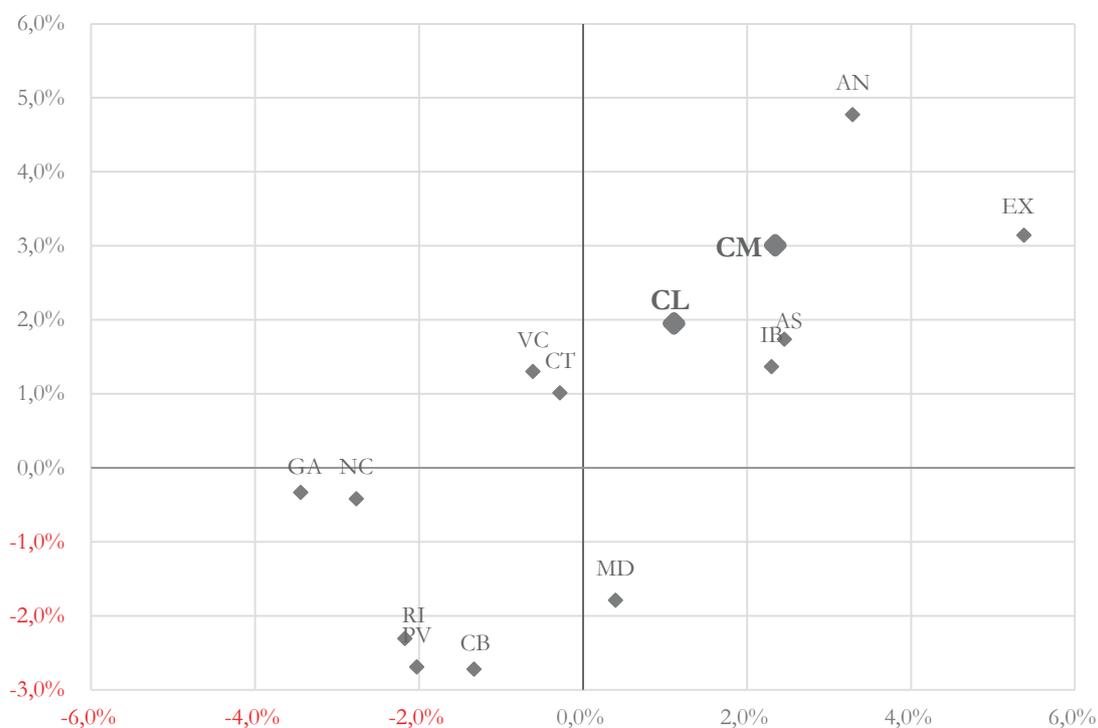
Figura 25: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, apartamentos turísticos, 2001-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

Los apartamentos turísticos, de manera similar a la variación que refleja la oferta/demanda, la atracción que genera son proporcionales en su tendencia a la anterior. En ambas comunidades se posiciona una atracción por parte de los residentes y extranjeros.

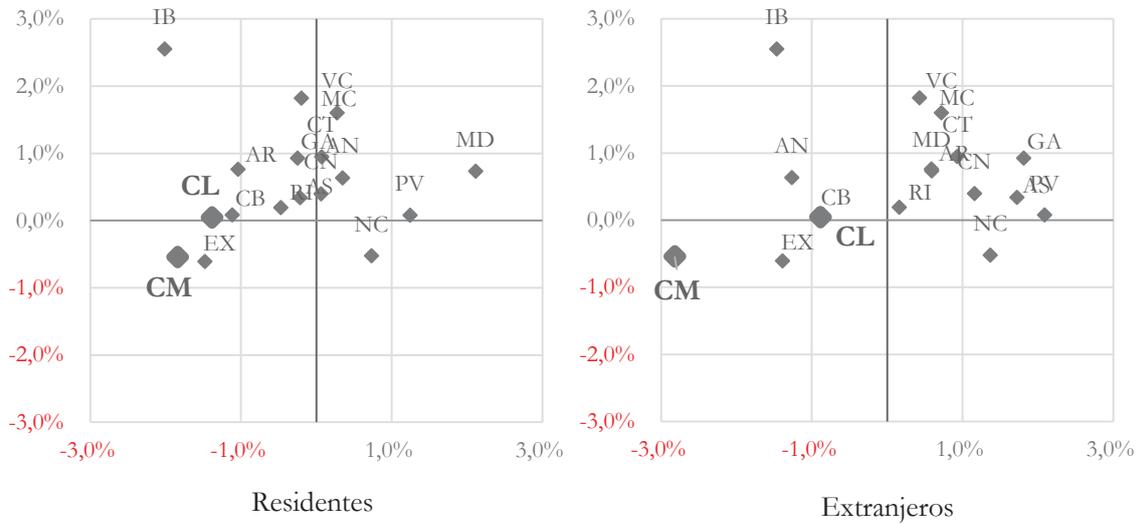
Figura 26: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, alojamientos rurales, 2001-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

El sector del turismo rural se encuentra ampliamente desarrollado en ambas comunidades de interior, aunque cabe destacar que la variación de la cuota ha sido más positiva en el caso de Castilla-La Mancha, lo que conduce a pensar en que el incremento de residentes y extranjeros representa una capacidad de atracción de ambos colectivos mayor que en el caso castellanoleonés, aunque en este se encuentra más cimentado y la cuota total que representa es la 1ª de entre las CC.AA. en el número de viajeros residentes con casi un 20% del total, también en pernoctaciones y plazas. Castilla-La Mancha parte de una posición comparativamente más pequeña es ya la 4ª en residentes recibidos, ambas se quedan muy lejos en cuota de extranjeros.

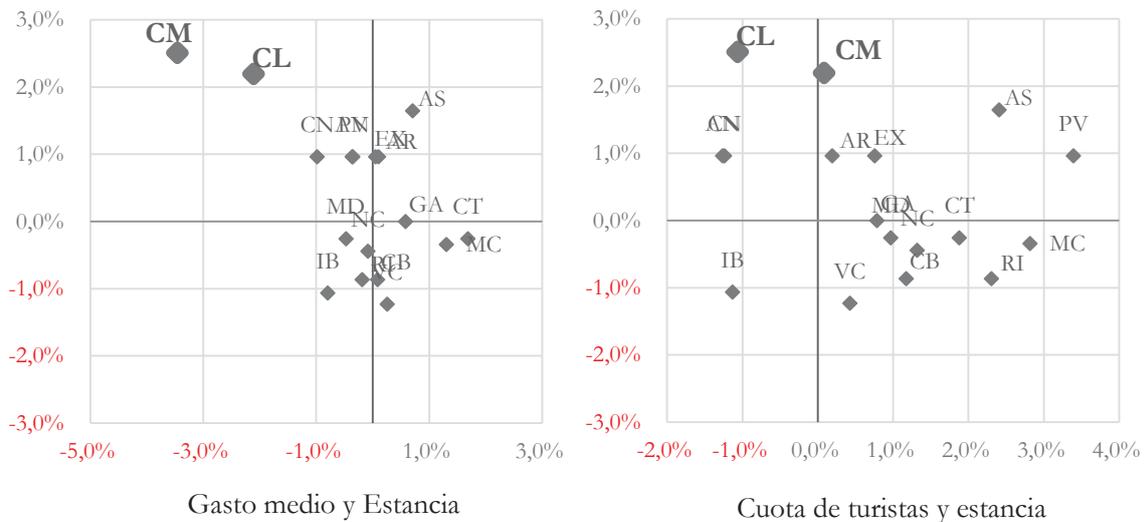
Figura 27: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros y estancia, 2001-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

La variación de la cuota de mercado de los viajeros en función de su procedencia está en la línea de lo mencionado anteriormente, en Castilla-La Mancha al retroceso de la estancia media se le suma la disminución de la demanda turística lo que supone un impacto más profundo en el sector turístico al ver cómo tanto las pernoctaciones totales como los viajeros se reducen. En el caso castellanoleonés, la estancia media de los viajeros se ha reducido hasta niveles de 2001, sin embargo en menor intensidad la demanda de viajeros, lo que contribuye a amortiguar la delicada coyuntura económica a la espera de una mejora de las condiciones.

Figura 28: IPA, variación de la cuota de mercado de turistas, gasto medio y estancia, 2004-2014

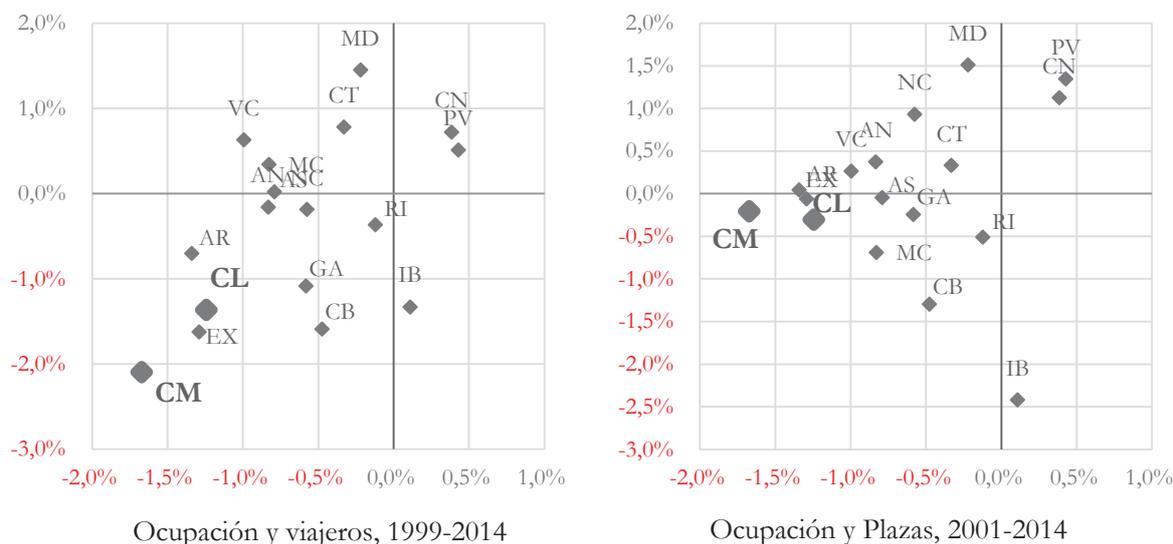


Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

En el caso del gasto turístico medio y la estancia turística media anual, en las dos comunidades el primero ha disminuido notablemente (son las 2 que más se han distanciado del promedio) sin embargo la estancia turística ha aumentado también de manera notable, lo que sugiere una diferencia de ingresos, disminuyendo estos aunque siga aumentando la estancia media anual de los turistas. Este caso representa una inestabilidad potencial.

En el caso de la cuota turística y la estancia media de los turistas, Castilla y León se mantiene en el cuadrante inestable, mientras que Castilla-La Mancha tiende hacia la expansión del sector, en este caso por el empuje del tímido crecimiento de la cuota turística (0,1%) pero que no es la contracción sufrida por Castilla y León, que con mayor cuota total de turistas (1,5% de los turistas recibidos por España en 2014) sufre una disminución del -1,1%.

Figura 29: IPA, variación de la cuota de ocupación, viajeros y plazas, 1999/2001-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

En los últimos cuadros se puede observar como las dos autonomías padecen un pronunciado desajuste en el comportamiento de sus ofertas de plazas y de la ocupación, resultando ambas negativas y exponiendo una situación de retroceso de la actividad turística en la que no solo disminuyen el número de pernoctaciones respecto de las plazas (ocupación) sino que además éstas últimas también se contraen, mostrando como el acomodo de la oferta a la demanda ha sido totalmente insuficiente para garantizar una situación favorable para ambos indicadores, en el caso de una pronta recuperación y un comportamiento muy favorable de la demanda el exceso de plazas podría suponer una ventaja comparativa de ambas comunidades. Siendo además las dos, las comunidades que presentan peores

indicadores, solo superada Castilla y León por Extremadura en el caso de ocupación y viajeros.

4.4.3. Resumen de resultados por áreas temáticas

Resumen de los principales resultados por áreas temáticas, agregados por las siguientes categorías:

1. Oferta/Demanda: Cuota de oferta (plazas medias anuales) y demanda hotelera (pernoctaciones.)
2. Atracción de la demanda: Cuota de viajeros (residentes en España) y viajeros (extranjeros.)
3. Viajeros: Cuota de viajeros (residentes en España y extranjeros) y estancia media (viajeros.)
4. Turistas: Cuota de turistas y estancia media (turistas) – gasto medio turístico.
5. Ocupación: Ocupación media anual y viajeros (totales) – plazas medias.

Figura 30: Resultados por áreas temáticas

	Tipo de Dato	Castilla y León	Castilla-La Mancha
Oferta/Demanda	Hoteles	Retroceso	Retroceso
	Acampamentos	Retroceso	Inseguridad
	Apartamentos	Expansión	Expansión
	Alojamiento Rural	Expansión	Expansión
Atracción de la Demanda	Hoteles	Atractivo No Residentes (-+)	No Atractivo (--)
	Acampamentos	No Atractivo (--)	Atractivo Residentes (+-)
	Apartamentos	Atractivo (++)	Atractivo (++)
	Alojamiento Rural	Atractivo (++)	Atractivo (++)
Viajeros	Viajeros/Estancia RES	Inestabilidad	Retroceso
	Viajeros/Estancia EXT	Inestabilidad	Retroceso
Turistas	Turistas/Estancia	Inestabilidad	Expansión
	Turistas/Gasto	Inestabilidad	Inestabilidad
Ocupación	Ocupación/Viajeros	Retroceso	Retroceso
	Ocupación/Plazas	Retroceso	Retroceso

Fuente: Elaboración propia a partir de (Shi, 2008; Mir, 2014)

5. CONCLUSIONES

Castilla y León y Castilla-La Mancha son dos comunidades de rasgos geográficos y productivos muy similares, desarrollan un aprovechamiento turístico afín (turismo fundamentalmente interno, con un gran crecimiento del turismo rural y cultural y poca diversificación de la oferta) sin embargo en el apartado político es donde comienzan las primeras diferencias. La línea política seguida por Castilla-La Mancha ha sido irregular en su desarrollo y pese a ser conservadora en sus perspectivas, buena parte de sus planteamientos estratégicos desarrollados en 2010 apenas aguantaron un año. Por el contrario Castilla y León ha asentado y fortalecido su posición en características fundamentales para su sector turístico como son el aprovechamiento de los recursos rurales, la promoción en el exterior o las iniciativas destinadas a la desestacionalización de la demanda.

Como comunidades referencia del turismo de “interior” (particularmente del interno, con Castilla-La Mancha a la cabeza de la dependencia del turista nacional) situadas en torno a grandes áreas de influencia, con el potencial mercado, ambas mantienen unos recursos turísticos similares, diverso patrimonio cultural y natural, una reconocida oferta complementaria y una importante red de alojamientos. Además, los dos, se han visto favorecidos por políticas que han incentivado iniciativas turísticas (como los programas de desarrollo rural europeos) y disponen de una densa red de transportes que les comunica con las principales ciudades de España.

Desde el punto de los resultados de su política turística, Castilla y León presenta 5 situaciones de retroceso, todas ellas (Oferta/Demanda, Atracción y Ocupación) vinculadas a la falta de diversificación de la oferta de alojamiento y a la incapacidad para ajustar la misma a las exigencias cambiantes de la demanda. Lo que se traduce en problemas para rectificar la situación y expresa con ello aspectos vinculados a la falta de competitividad del sector en lo que le impiden no ya competir, sino converger en aspectos básicos.

Varias situaciones de inestabilidad (4) que representan un aumento de la oferta disponible pero una disminución de la demanda, particularmente en los aspectos que hacen referencia a la relación entre viajeros y estancia, turistas y gasto, lo que repercute en menores ingresos turísticos pero en un mayor gasto vinculado a la satisfacción de servicios de un conjunto mayor de consumidores. Un contexto de falta de atracción.

Así mismo aparecen escenarios de desajuste o inseguridad derivadas de la falta de adaptación a parte del mercado emisor (oferta turística hotelera básicamente atractiva para no residentes)

Por último Castilla y León presenta situaciones de expansión y fuerte atracción de la demanda (residente y extranjera) debido a su fortaleza como “referente” del turismo rural en España.

Castilla-La Mancha por contra exhibe unas circunstancias similares pero a menor escala, también se posiciona, pero en una categoría inferior, como “referente” del turismo rural, exterioriza situaciones de falta de competitividad particularmente intensas en el sector hotelero (retroceso en todos los indicadores) y en la atracción de consumidores extranjeros. Por el contrario, muestra potencial en el aprovechamiento turístico de los acampamentos que resultan atractivos para los residentes en España y además consta de una oferta de alojamientos superior a la demanda que revela carencias en la promoción de los campings; que al ser una tipología de establecimiento relacionada con un gasto turístico contenido suele crecer en períodos económicos desfavorables.

Tanto las perspectivas como los objetivos planteados en el plan de turismo 2010-2014 resultaron más optimistas de lo que deberían teniendo en cuenta que las proyecciones económicas no eran nada halagüeñas. En ese sentido, ni el número de turistas, ni el gasto medio se incrementaron, la convergencia de políticas turísticas no se ha realizado y ha disminuido la competitividad de Castilla-La Mancha como destino turístico en sus ámbitos más dinámicos (turismo de interior, rural y cultural)

Al margen de las comparaciones con otras comunidades –Aragón por similitudes– el peso específico de Castilla y León es superior en aspectos tan fundamentales en el desarrollo turístico como la promoción o la especialización de la oferta de alojamiento, de similar manera la dependencia que presentan del consumidor nacional resulta todavía muy alta, pero especialmente en el caso castellano-manchego que apenas ha variado un 0,1% desde 1999, lo que representa sin ninguna duda la menor transformación de todas las autonomías.

La verdadera preocupación de las distintas CC.AA. ha pasado por la adopción de un modelo de calidad, diferenciado, y que imprima un carácter propio respecto del resto de regiones con capacidades y recursos competidores. En un territorio como España donde se dan importantes flujos turísticos de millones de personas, especialmente fuertes en las áreas costeras, las comunidades de interior han ido adoptando, una tras otra, estrategias similares que plantean objetivos en algunos casos contradictorios entre sí, y desde luego casi siempre competitivos y no cooperativos, todos plantean la necesidad de una especialización funcional, de la diversificación de la oferta de alojamiento y la promoción de productos de calidad.

El turismo español constituye un caso muy especial, pues pese a tener un aprovechamiento tradicional muy arraigado se mantiene de manera casi constante en los mismos métodos y basa su desarrollo político en la reiteración de procedimientos y vagos conceptos que diseñan políticas turísticas que no hacen, sino en general, que el turismo como actividad funcione a pesar, y no gracias, a ellas.

Algunos autores han planteado la necesidad de abordar las barreras inherentes al pobre contexto de innovación turística en la propia etapa de diseño de las políticas, y no después (Rodríguez, 2014), de ese modo se obliga a plantear un marco de actuación realmente propio y se impide, o al menos se ralentiza, la adopción de políticas genéricas que se trasladan de una a otra región independientemente de sus condicionantes, solo por la presunción de que son un éxito probado y por tanto extrapolable. Asumiendo del mismo modo la necesidad de adoptar políticas de carácter horizontal en aspectos multidisciplinares y multiescalares como son el turismo, que involucran a muchos actores, iniciativas, planteamientos y aspectos socioeconómicos y ambientales diversos.

6. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

6.1. Bibliografía

- Abalo, J., Varela, J., & Manzano, V. (2007). Importance values for Importance–Performance Analysis: A formula for spreading out values derived from preference rankings. *Journal of Business Research*, 60(2), 115-121.
- Altschuler, B. (2013). Territorio y desarrollo: aportes de la geografía y otras disciplinas para repensarlos. *Theomai*, 27, 28.
- Baidal, J. A. I. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones geográficas*, (23), 59-88.
- Bénitez, J., & Yeto, S. C. (2011). Análisis del turismo nacional en las comunidades autónomas peninsulares españolas: especialización y ventaja competitiva. *Investigaciones regionales*, (20), 29-49.
- Brea, J. A. (2011). La Ribeira Sacra como destino turístico: Análisis desde la perspectiva de sus visitantes. *Revista Galega de Economía*, 22(1), 11-30.
- Casino Martínez, A. (2000). Evaluación de la calidad de servicio en establecimientos de alojamiento turístico en España. *Estadística Española*, 41(144), 145-168.
- Castles, F. G. (1994). Is expenditure enough? On the nature of the dependent variable in comparative public policy analysis. *Journal of Commonwealth & Comparative Politics*, 32(3), 349-363.
- Cook, T. D. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Morata.
- Creus, M. G. (2002). *El estudio de las políticas públicas: enfoques y metodologías de análisis*. Tirant lo Blanch.
- Echtner, C. M. (1997). The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals of tourism research*, 24(4), 868-883.
- Fernández, M. M. (s.f.). Nuevos desarrollos del análisis shift-share espacial. Una aplicación al empleo comarcal de Asturias.
- García, F. A. (2012). La política turística en España y Portugal. *Cuadernos de turismo*(30), 9-34.
- García, J. R. (2014). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Oviedo: Septem Ediciones.

- García, O. G. (2009). Análisis de entorno, segmentación y márketing del turismo rural. *Reinventando el turismo rural, gestión y desarrollo*, 155-188.
- Gómez, V. B. (1996). La investigación en España sobre el turismo y desarrollo económico. *Estudios turísticos*, 129, 9-22.
- Guerra, R. P. (2014). La intervención administrativa en el sector turístico español: La política turística. *Revista Aragonesa de la Administración Pública*(43-44), 396-413.
- Herranz, F. J. B. (1996). Fundamentos de la política comunitaria y española en materia de turismo rural. *Estudios turísticos*, 25-68.
- Herranz, F. J. B. (1998). Descentralización y cooperación interadministrativa en el turismo español: proceso, instrumentos y propuestas de futuro. *Estudios turísticos*, (137), 67-86.
- Hjalager, A.-M. (12 de 2012). Innovation policies for tourism. *International Journal of Tourism Policy*, 4(4), 336-355.
- Immergut, E. M. (1992). The rules of the game: The logic of health policy-making in France, Switzerland, and Sweden. *Structuring politics: Historical institutionalism in comparative analysis*, 57-89.
- Izard, O. M., i Simon, R. A., i Hereu, J. C., Reverté, F. G., & i de Pineda, J. M. P. (2011). *Gestión pública del turismo*. Editorial UOC.
- López, A. T. (2003). El Turismo en el Estado de las Autonomías. *Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales*(1), 8 págs.
- Magadán, M. &. (2008). *Planificación Turística Autonómica: Dimensiones y Perspectivas*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Melgosa Arcos, J. (2012). *El impacto del Derecho de la Unión Europea en el Turismo Rural: fomento, sostenibilidad y libre acceso*. Barcelona: Atelier.
- Mir, V. M. M., & Peláez, L. V. (2014). El turismo desde la perspectiva de las comunidades autónomas. *20 Años de la actividad turística en España* (pp. 65-88). Editorial Síntesis.
- Mir, V. M. M. (2000). La política turística: una aproximación. *Cuadernos de turismo*, (6), 7-28.
- Palomeque, F. L. (1993). Modalidades turísticas y tipologías de espacios turísticos. *Papers de turisme*, 49-64.

- Palomeque, F. L. (1999). Política turística y territorio en el escenario del cambio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(28), 23-38.
- Palomeque, F. L. (2008). El turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España. *coord. por Juan Ignacio Pulido Fernández*, 21-50. doi:coord. por Juan Ignacio Pulido Fernández
- Pearce, D. G. (1999). *Contemporary issues in tourism development* (Vol. 6). Psychology Press.
- Peláez, L. V. (1996). *El Turismo Rural en España*” (Vol. Introducción a la economía del turismo en España). Madrid: Civitas.
- Pérez, F. D. (2006). *Política Turística : La competitividad y sostenibilidad de los destinos*. Tirant lo Blanch.
- Razquin Lizarraga, M. M. (2013). Globalización y calidad turística: la respuesta de la Unión Europea y su inclusión en la planificación territorial y turística española. *Revista de Derecho de la Unión Europea*(24), 373-410.
- Rodriguez, I. W. (2014). Tourism innovation policy: implementation and outcomes. *Annals of Tourism Research*(49), 76-93.
- Rodríguez, R. M., & Fernández, J. I. P. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional: metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (23), 173-194.
- Sánchez, A. G. (2014). *20 años de la actividad turística en España*. Madrid: Síntesis.
- Secall, L. B. (2012). Los planes de excelencia turística en España (1992-2006). Una apuesta por la revitalización de los destinos. Revisión de su implantación e impactos. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*(16), 411.
- Shi, C. Y. (2008). A Review of Shift-Share Analysis and Its Application in Tourism. *International Journal of Management Perspectives*, 1(1), 21-30.
- Tabales, A. F. (2004). Turismo y Ordenación del Territorio. *Quaderns de Política Econòmica*, Vol. 7 May - Ag. .
- Talaya, Á. E. (2008). Análisis de la inversión de los Programas de Innovación Rural en patrimonio cultural como elemento dinamizador del turismo. *Revista de análisis turístico*(5), 16-29.

- Velasco, M. G. (2004). *La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2003)*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Velasco, M. G. (2011). La política turística: una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*, , 27.
- Vera, F. J. (1997). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.
- Villanueva Cuevas, A. (2012). *La política de la Unión Europea en materia de turismo y sus repercusiones en la Legislación Turística Española*. Madrid: Editorial Reus.
- Williams, S. (1998). *Tourism geography*. Psychology Press.
- Windhoff-Héritier, A. (2001). *Differential Europe: the European Union impact on national policymaking*. Rowman & Littlefield.

6.2. Fuentes de Información

6.2.1. Legislación

Unión Europea

Comunicación de la Comisión, de 19 de octubre de 2007, «Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo» COM (2007) 621

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre Europa, «Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para turismo europeo» COM (2010) 352

España

Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el Libre acceso a las Actividades de Servicios y su Ejercicio.

Ley 27/2013 de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local

Castilla y León

Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León

Ley 14/2010, de 9 de diciembre, del Turismo de Castilla y León.

Decreto Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de Medidas de impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León.

Decreto 9/2014, de 6 de marzo, por el que se regula el Registro de Turismo de Castilla y León y el Censo de promoción de la actividad turística de Castilla y León.

Castilla-La Mancha

Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

Ley 7/2009, de 17 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los Servicios en el Mercado Interior

Decreto 31/1998, de 21/04/1998, de creación del Consejo de Turismo de Castilla-La Mancha.

Decreto 77/2005, de 28/06/2005, de ordenación de las empresas de Turismo activo de Castilla-La Mancha.

6.2.2. Documentos Oficiales

Gobierno de Castilla-La Mancha (2010). Plan Estratégico de Turismo 2010-2014 de Castilla-La Mancha. Toledo. [consultado en:<http://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/20120511/pet202010.pdf>]

Junta de Castilla y León (2014). Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2014-2018. Valladolid. [consultado en:<http://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/planes-estrategicos/plan-estrategico-turismo-castilla-leon-2014-2018.ficheros/41041-Plan%20estrategico%20Turismo%20CYL%20V5.pdf>]

Secretaría General de Turismo (1992). Plan Marco de competitividad del turismo español: 1992-1996. Madrid. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. [consultado en: http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-9717]

Secretaría de Estado de Turismo (2012). Plan Nacional e Integral de Turismo. Madrid. [consultado en: <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/PNIT.aspx>]

Secretaría de Estado de Turismo (2014). Plan Integral de Turismo Rural 2014. Madrid. [consultado en:<http://www.tourspain.es/es->

[es/VDE/Documentos%20Turismo%20Rural%202014/Plan%20Integral%20de%20Turismo%20Rural%202014.pdf](http://www.mturismo.es/VDE/Documentos%20Turismo%20Rural%202014/Plan%20Integral%20de%20Turismo%20Rural%202014.pdf)

6.2.3. Otros documentos

Comisión Europea, Federación EUROPARC y Grupo de Turismo Sostenible (2012-2015*). Carta Europea de Turismo Sostenible. (Fase I-II) [consultado en: <http://www.redeuroparc.org/cartaeuropeaturismosostenible.jsp>]

Delloite y EXCELTUR (2011). Monitor de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas. [consultado en: http://exceltur.org/wp-content/uploads/2014/10/MONITUR-2010_INFORME.pdf]

CEOE (2014). Valoración del ejercicio 2013 y perspectivas del turismo para 2014. [consultado en: http://www.ceoe.es/resources/image/valoracion_turismo_2013_2014.pdf]

ESADE (2015). Informe de Innovación Turística en España 2015. [consultado en: <http://www.slideshare.net/ESADE/informe-innovacin-turstica-en-espaa-2015>]

EXCELTUR (2015). Valoración empresarial del año 2014 y perspectivas para 2015. [consultado en: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/01/Informe-Perspectivas-N51-Balance-2014-y-perspectivas-2015-Definitivo-Web.pdf>]

Instituto de Estudios Turísticos (2012). Balance del Turismo – Resultados de la actividad turística en España. [consultado en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisisturistico/balantur/anuales/Balance%20del%20turismo%20en%20Espa%C3%B1a.%20A%C3%B1o%202012.pdf>]

Instituto de Estudios Turísticos (2013). Informe anual 2012 – Movimientos Turísticos en Fronteras y Encuesta de Gasto Turístico. [consultado en: [http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202012.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202012.pdf)]

Secretaría de Estado de Turismo (2015). Informe de Seguimiento del PNIT - Junio 2015. [consultado en: <http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Documents/Informe%20de%20seguimiento%20del%20PNIT-junio%202015.pdf>]

6.2.4. Sitios Web

<http://www.bde.es/>

<http://www.calidadturistica.es/>

<http://www.cehat.com/>

<http://dialnet.unirioja.es/>

http://europa.eu/eu-law/legislation/index_es.htm

<http://www.exceltur.org/>

<http://www.iberica.com/>

<http://www.iet.tourspain.es/>

<http://www.ine.es/>

<http://www.jcyl.es/>

<http://www.jccm.es/>

<http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/Paginas/IndexTurismo.aspx>

<http://www.minetur.gob.es/TURISMO/COOPERACION/Paginas/enlaces-ccaa.aspx>

<http://www.mityc.es/>

<http://www.oecd.org/>

<http://www.segittur.es/>

<http://www.spain.info/>

<http://www.ruralia.com>

<http://www.tourspain.es/>

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

<http://www.tourspain.es/es-es/inteligenciamedios/informacion/Paginas/default.aspx>

<http://www.turismocastillayleon.com/>

<http://www.turismocastillalalamanca.com/>

<http://www.universia.es>

<http://www.world-tourism.org/espanol/>

7. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Turistas y participación de España en el turismo mundial.....	10
Figura 2: Viajeros y gasto medio turístico	11
Figura 3: Variación anual del número de visitantes extranjeros, 2001-2014	12
Figura 4: Variación anual de los movimientos turísticos de los españoles, 2001-2014	12
Figura 5: Legislación Autonómica en Turismo	17,18
Figura 6: Legislación turística por CC.AA.....	19
Figura 7: Funciones en la gestión del Turismo.....	21
Figura 8: Organigrama ministerial	23
Figura 9: Resumen de la planificación turística estatal en España.....	26
Figura 10: Esquema de actuación política	31
Figura 11: Atributos del paradigma cuantitativo y cualitativo	34
Figura 12: Viajeros entrados por CC.AA. en 1999 y 2014, tipo de viajero	38
Figura 13: Evolución del gasto medio turístico anual en €/día, 2004-2014.....	40
Figura 14: Evolución de la estancia media de los turistas	41
Figura 15: Esquema DAFO	46
Figura 16: Conclusiones DAFO – Castilla y León.....	48
Figura 17: Conclusiones DAFO – Castilla-La Mancha.....	50
Figura 18: Matriz – Análisis IPA	51
Figura 19: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda hotelera, 1999-201	53
Figura 20: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda de acampamentos, 1999-2011.	54
Figura 21: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda de apartamentos, 1999-2011 ...	55
Figura 22: IPA, variación de la cuota de oferta y demanda de alojamientos rurales, 1999-2014	56
Figura 23: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, establecimientos hoteleros, 2001-2014	57
Figura 24: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, acampamentos turísticos, 2001-2014	58
Figura 25: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, apartamentos turísticos, 2001-2014.....	59
Figura 26: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, alojamientos rurales, 2001-2014.....	60
Figura 27: IPA, variación de la cuota de mercado de viajeros residentes y extranjeros, alojamientos rurales, 2001-2014.....	61
Figura 28: IPA, variación de la cuota de mercado de turistas, gasto medio y estancia, 2004-2014.....	61
Figura 29: IPA, variación de la cuota de ocupación, viajeros y plazas, 1999/2001-2014.....	62
Figura 30: Resultados por áreas temáticas.....	63
Figura 31: Variación de la TMAA de las pernoctaciones por CC.AA., 2001-2014.....	64
Figura 32: Variación de la TMAA de las pernoctaciones por CC.AA., 2001-2014.....	64

ANEXO ACLARATORIO

Términos según la Metodología del INE y el IET:

Gasto Turístico: “Comprende los gastos realizados por los visitantes o por cuenta de los visitantes, durante su viaje a España así como los gastos previos al mismo (como puede ser el billete de avión, o la compra del paquete turístico).” IET

Estancia media: “Esta variable es una aproximación al número de días que, por término medio, los viajeros permanecen en los establecimientos y se calcula como cociente entre las pernoctaciones y el número de viajeros.” INE

Pernoctaciones o plazas ocupadas: “Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento. Al igual que en la entrada de viajeros, las plazas ocupadas se desglosan según el lugar de residencia.” INE

Plazas estimadas: “El número de plazas estimadas por la encuesta de los establecimientos abiertos de temporada. Equivale al número de camas fijas del establecimiento. No se incluyen, por tanto, las supletorias, y las de matrimonio dan lugar a dos plazas.” INE

Viajeros entrados: “Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento. Los viajeros se clasifican por su país de residencia, y para los residentes en España, por la comunidad autónoma donde residen habitualmente.” INE

Turista: “Visitante que realiza al menos una pernoctación en el lugar visitado.” IET

Visitante o Viajero: “Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por un período de tiempo inferior a 12 meses, y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes.” IET

Visitante del día o excursionista¹⁹: “Es un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.” IET

¹⁹ Al no disponer de datos homogéneos de carácter territorial sobre excursionistas no se han utilizado en el presente trabajo, aunque se menciona como aclaración.

Notas finales:

1. La TMAA: “Tasa Media Anual Acumulada”, hace referencia a la fórmula utilizada y que: “recoge la variación de una variable durante un intervalo de tiempo que abarca varios años (t), de tal forma que los incrementos no afectan sólo al valor inicial, sino que tienen carácter acumulativo.”

$$TMAA = (X_t/X_0)^{(1/t-1)}100$$

2. Los datos desagregados de pernoctaciones, plazas, turistas, viajeros, etc. en función de la tipología (tipo de establecimiento hotelero, tipo de viajero, tipo de turista, etc.) pero que ha sido utilizados en el presente TFG no viene recopilados en éste anexo por ser visualmente irrelevantes (tipografía muy pequeña o masificación de datos) o no haber sido introducidos por motivos prácticos. Todos los datos utilizados en el apartado 4 en la realización de matrices, gráficos y mapas para el ámbito territorial de las CC.AA. y Ceuta y Melilla son los siguientes:

1. Estancia media anual de los turistas
2. Estancia media anual de los viajeros
3. Gasto medio turístico:
4. Pernoctaciones:
 - a. Total anual
 - b. Establecimientos rurales
 - c. Acampamentos turísticos
 - d. Apartamentos turísticos
5. Plazas:
 - a. Total anual
 - b. Establecimientos rurales
 - c. Acampamentos turísticos
 - d. Apartamentos turísticos
6. Ocupación media anual
7. Turistas:
 - a. Total anual
8. Viajeros:
 - a. Total anual
 - b. Residentes en España
 - c. Extranjeros

ANEXO DE TABLAS

Tabla 1: Gasto medio turístico anual en €/día por CC.AA., 2004-2014	79
Tabla 2: Resumen de la variación de los turistas y viajeros por CC.AA, 2001-2014	81
Tabla 3: Turistas entrados por Comunidades Autónomas, 2001-2014.....	83
Tabla 4: Estancia media anual de los turistas en noches por Comunidades Autónomas, 2004 2014.....	85
Tabla 5: Viajeros extranjeros entrados por Comunidades y Ciudades Autónomas, 1999-2014	86
Tabla 6: Viajeros residentes en España entrados por Comunidades y Ciudades Autónomas, 1999-2014.....	88
Tabla 7: Estancia media de los viajeros en días por Comunidades y Ciudades Autónomas, 1999-2014.....	90
Tabla 8: Pernoctaciones totales por Comunidades y Ciudades Autónomas, 2001-2014	91
Tabla 9: Media anual de plazas en establecimientos hoteleros por Comunidades y Ciudades Autónomas, 2001-2014	92
Tabla 10: Ocupación media anual de plazas en establecimientos hoteleros por Comunidades y Ciudades Autónomas, 2001-2014.....	93

Tabla 1: Gasto medio turístico anual en €/día por CC.AA., 2004-2014

Gasto medio turístico anual en €/día	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	87 €	88 €	90 €	94 €	95 €	95 €	98 €	101 €	105 €	109 €	110 €	2,2%
Andalucía	84 €	83 €	82 €	82 €	84 €	82 €	89 €	89 €	93 €	96 €	102 €	1,8%
Aragón	79 €	86 €	108 €	119 €	129 €	126 €	111 €	117 €	116 €	107 €	101 €	2,3%
Asturias, Principado de	71 €	86 €	92 €	93 €	95 €	83 €	103 €	104 €	90 €	95 €	97 €	2,9%
Baleares, Illes	95 €	92 €	95 €	106 €	105 €	103 €	109 €	108 €	110 €	115 €	110 €	1,3%
Canarias	97 €	97 €	105 €	106 €	106 €	104 €	99 €	100 €	108 €	113 €	110 €	1,1%
Cantabria	76 €	78 €	85 €	88 €	89 €	89 €	88 €	101 €	98 €	95 €	97 €	2,2%
Castilla y León	90 €	99 €	98 €	92 €	86 €	91 €	96 €	88 €	84 €	87 €	90 €	0,0%
Castilla-La Mancha	113 €	135 €	109 €	112 €	116 €	114 €	108 €	106 €	108 €	92 €	97 €	-1,4%
Cataluña	79 €	79 €	81 €	91 €	98 €	97 €	98 €	109 €	119 €	122 €	120 €	3,9%
Comunitat Valenciana	60 €	63 €	63 €	67 €	66 €	66 €	67 €	69 €	73 €	76 €	78 €	2,4%
Extremadura	70 €	78 €	84 €	72 €	83 €	81 €	77 €	81 €	91 €	91 €	89 €	2,2%
Galicia	72 €	90 €	95 €	91 €	96 €	97 €	91 €	100 €	100 €	100 €	97 €	2,7%
Madrid, Comunidad de	140 €	153 €	154 €	144 €	133 €	140 €	150 €	157 €	152 €	163 €	168 €	1,7%
Murcia, Región de	59 €	63 €	63 €	70 €	68 €	69 €	71 €	73 €	78 €	75 €	86 €	3,5%
Navarra, Comunidad Foral de	91 €	97 €	104 €	101 €	100 €	93 €	98 €	114 €	112 €	108 €	114 €	2,1%
País Vasco	102 €	101 €	103 €	108 €	99 €	98 €	97 €	108 €	108 €	117 €	124 €	1,8%
Rioja, La	84 €	105 €	81 €	75 €	95 €	70 €	71 €	70 €	100 €	96 €	104 €	2,0%
Ceuta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Melilla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Porcentaje del promedio nacional	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
Andalucía	96,6%	94,3%	91,1%	87,2%	88,4%	86,3%	90,8%	88,1%	88,6%	88,1%	92,7%	-0,4%
Aragón	90,8%	97,7%	120,0%	126,6%	135,8%	132,6%	113,3%	115,8%	110,5%	98,2%	91,8%	0,1%
Asturias, Principado de	81,6%	97,7%	102,2%	98,9%	100,0%	87,4%	105,1%	103,0%	85,7%	87,2%	88,2%	0,7%
Balears, Illes	109,2%	104,5%	105,6%	112,8%	110,5%	108,4%	111,2%	106,9%	104,8%	105,5%	100,0%	-0,8%
Canarias	111,5%	110,2%	116,7%	112,8%	111,6%	109,5%	101,0%	99,0%	102,9%	103,7%	100,0%	-1,0%
Cantabria	87,4%	88,6%	94,4%	93,6%	93,7%	93,7%	89,8%	100,0%	93,3%	87,2%	88,2%	0,1%
Castilla y León	129,9%	153,4%	121,1%	119,1%	122,1%	120,0%	110,2%	105,0%	102,9%	84,4%	88,2%	-3,5%
Castilla-La Mancha	103,4%	112,5%	108,9%	97,9%	90,5%	95,8%	98,0%	87,1%	80,0%	79,8%	81,8%	-2,1%
Cataluña	90,8%	89,8%	90,0%	96,8%	103,2%	102,1%	100,0%	107,9%	113,3%	111,9%	109,1%	1,7%
Comunitat Valenciana	69,0%	71,6%	70,0%	71,3%	69,5%	69,5%	68,4%	68,3%	69,5%	69,7%	70,9%	0,3%
Extremadura	80,5%	88,6%	93,3%	76,6%	87,4%	85,3%	78,6%	80,2%	86,7%	83,5%	80,9%	0,1%
Galicia	82,8%	102,3%	105,6%	96,8%	101,1%	102,1%	92,9%	99,0%	95,2%	91,7%	88,2%	0,6%
Madrid, Comunidad de	160,9%	173,9%	171,1%	153,2%	140,0%	147,4%	153,1%	155,4%	144,8%	149,5%	152,7%	-0,5%
Murcia, Región de	67,8%	71,6%	70,0%	74,5%	71,6%	72,6%	72,4%	72,3%	74,3%	68,8%	78,2%	1,3%
Navarra, Comunidad Foral de	104,6%	110,2%	115,6%	107,4%	105,3%	97,9%	100,0%	112,9%	106,7%	99,1%	103,6%	-0,1%
País Vasco	117,2%	114,8%	114,4%	114,9%	104,2%	103,2%	99,0%	106,9%	102,9%	107,3%	112,7%	-0,4%
Rioja, La	96,6%	119,3%	90,0%	79,8%	100,0%	73,7%	72,4%	69,3%	95,2%	88,1%	94,5%	-0,2%
Ceuta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Melilla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de datos primarios de la S. G. de Conocimiento y Estudios Turísticos, IET. 2015

Tabla 2: Resumen de la variación de los turistas y viajeros por CC.AA, 2001-2014

Turistas anuales	2001	2014	Variación	Variación %	TMAA
TOTAL	48.167.332	64.995.275	16.427.943	34,9%	2,1%
Andalucía	7.591.511	8.501.991	910.480	12,0%	0,8%
Aragón	237.917	327.028	89.111	37,5%	2,3%
Asturias, Principado de	126.661	236.523	109.862	86,7%	4,6%
Baleares, Illes	9.961.947	11.367.224	1.405.277	14,1%	0,9%
Canarias	10.208.945	11.475.211	1.266.266	12,4%	0,8%
Cantabria	234.268	369.138	134.870	57,6%	3,3%
Castilla y León	864.796	996.065	131.269	15,2%	1,0%
Castilla-La Mancha	134.926	182.612	47.686	35,3%	2,2%
Cataluña	9.683.337	16.814.199	7.130.862	73,6%	4,0%
Comunitat Valenciana	4.388.403	6.233.881	1.845.478	42,1%	2,5%
Extremadura	132.006	196.283	64.277	48,7%	2,9%
Galicia	703.367	1.050.417	347.050	49,3%	2,9%
Madrid, Comunidad de	2.967.935	4.546.559	1.578.624	53,2%	3,1%
Murcia, Región de	408.144*	805.658	397.514*	49,3%*	5,0%*
Navarra, Comunidad Foral de	162.802	261.717	98.915	60,8%	3,4%
País Vasco	735.370	1.569.745	834.375	113,5%	5,6%
Rioja, La	33.141	61.024	27.883	84,1%	4,5%
Ceuta y Melilla	-	-	-	-	-

* Dato correspondiente a 2002 al no disponerse del de 2001.

Viajeros anuales	2001	2014	Variación	Variación %	TMAA
TOTAL	59.904.303	87.814.531	27.910.228	46,6%	2,8%
Andalucía	11.309.336	15.589.124	4.279.788	37,8%	2,3%
Aragón	1.796.715	2.222.372	425.657	23,7%	1,5%
Asturias, Principado de	1.063.982	1.493.706	429.724	40,4%	2,5%
Baleares, Illes	6.974.343	8.521.562	1.547.219	22,2%	1,4%
Canarias	4.819.191	8.518.048	3.698.857	76,8%	4,2%
Cantabria	899.213	1.035.558	136.345	15,2%	1,0%
Castilla y León	3.668.658	4.192.030	523.372	14,3%	1,0%
Castilla-La Mancha	1.882.747	1.908.864	26.117	1,4%	0,1%
Cataluña	10.250.594	16.773.467	6.522.873	63,6%	3,6%
Comunitat Valenciana	4.828.429	7.293.995	2.465.566	51,1%	3,0%
Extremadura	1.087.070	1.194.637	107.567	9,9%	0,7%
Galicia	2.519.997	3.647.571	1.127.574	44,7%	2,7%
Madrid, Comunidad de	5.572.849	10.283.427	4.710.578	84,5%	4,5%
Murcia, Región de	797.811	1.094.380	296.569	37,2%	2,3%
Navarra, Comunidad Foral de	558.524	898.156	339.632	60,8%	3,5%
País Vasco	1.365.690	2.482.666	1.116.976	81,8%	4,4%
Rioja, La	409.210	539.092	129.882	31,7%	2,0%
Ceuta y Melilla	99.944	125.876	25.932	25,9%	1,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos primarios de la S. G. de Conocimiento y Estudios Turístico, IET, y de datos de ocupación hotelera del INE. 2015

Tabla 3: Turistas entrados por Comunidades Autónomas, 2001-2014

Turistas Internacionales	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	48.567.332	50.330.624	50.853.817	52.429.832	55.913.779	58.004.461	58.665.504	57.192.015	52.177.641	52.676.973	56.176.885	57.440.934	60.675.490	64.995.275	2,1%
Andalucía	7.591.511	7.686.167	7.918.734	7.967.170	8.351.628	7.975.629	8.429.556	7.975.202	7.465.415	7.440.994	7.764.948	7.528.917	7.887.720	8.501.991	0,8%
Aragón	237.917	249.345	227.890	272.144	424.424	442.372	387.439	434.825	348.888	331.531	297.535	272.473	260.753	327.028	2,3%
Asturias, Principado de	126.661	157.753	139.940	167.936	228.331	211.649	167.175	181.493	168.718	180.256	241.887	234.207	233.902	236.523	4,6%
Balears, Illes	9.961.947	9.273.817	9.329.218	9.546.218	9.657.516	9.922.447	9.956.426	10.020.782	9.024.439	9.201.823	10.111.332	10.365.709	11.057.458	11.367.224	0,9%
Canarias	10.208.945	10.047.189	9.972.237	9.593.785	9.441.572	9.606.424	9.454.984	9.356.641	8.207.486	8.611.805	10.211.080	10.138.533	10.620.981	11.475.211	0,8%
Cantabria	234.268	243.798	238.126	293.009	397.866	352.671	319.737	320.277	320.795	278.056	314.416	287.910	316.112	369.138	3,3%
Castilla y León	864.796	1.231.621	1.197.640	1.215.846	1.210.601	1.282.991	1.160.070	999.334	978.814	987.356	968.676	921.235	905.556	996.065	1,0%
Castilla-La Mancha	134.926	149.776	144.730	177.991	233.290	240.932	230.142	187.039	188.974	152.144	151.814	171.532	159.250	182.612	2,2%
Cataluña	9.683.337	11.211.726	11.373.923	12.498.225	14.028.633	15.117.086	15.233.723	14.344.334	12.704.584	13.154.528	13.143.168	14.439.754	15.631.516	16.814.199	4,0%
Comunitat Valenciana	4.388.403	4.702.418	4.823.298	4.880.765	5.401.709	5.577.615	5.713.180	5.713.312	5.096.340	5.021.392	5.337.584	5.359.050	5.969.593	6.233.881	2,5%
Extremadura	132.006	115.691	161.542	217.941	224.933	223.264	236.364	229.569	189.330	187.778	151.879	160.511	162.157	196.283	2,9%
Galicia	703.367	789.572	745.845	748.121	1.186.869	1.151.329	1.030.722	932.870	763.751	688.773	851.561	861.338	871.041	1.050.417	2,9%
Madrid, Comunidad de	2.967.935	2.910.015	2.944.199	3.243.928	3.419.443	4.023.739	4.426.842	4.615.616	4.819.356	4.632.253	4.478.060	4.463.531	4.227.479	4.546.559	3,1%
Murcia, Región de	400.000	408.144	404.932	470.102	495.535	621.500	716.840	790.211	842.142	676.271	631.613	582.654	621.887	805.658	5,1%
Navarra, C. F. de	162.802	175.320	212.440	155.423	178.547	154.989	191.991	188.124	198.690	175.263	216.494	249.039	227.166	261.717	3,4%
País Vasco	735.370	930.684	952.250	919.368	966.919	1.045.868	957.207	838.752	804.584	903.734	1.258.546	1.354.541	1.467.791	1.569.745	5,6%
Rioja, La	33.141	47.588	66.873	61.860	65.963	53.956	53.106	63.634	55.335	53.016	46.292	50.000	55.128	61.024	4,5%

Cuota	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMA A
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%
Andalucía	15,6%	15,3%	15,6%	15,2%	14,9%	13,8 %	14,4 %	13,9 %	14,3 %	14,1 %	13,8 %	13,1 %	13,0 %	13,1 %	-1,3%
Aragón	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,8%	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,2%
Asturias, Principado de	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	2,4%
Baleares, Illes	20,5%	18,4%	18,3%	18,2%	17,3%	17,1 %	17,0 %	17,5 %	17,3 %	17,5 %	18,0 %	18,0 %	18,2 %	17,5 %	-1,1%
Canarias	21,0%	20,0%	19,6%	18,3%	16,9%	16,6 %	16,1 %	16,4 %	15,7 %	16,3 %	18,2 %	17,7 %	17,5 %	17,7 %	-1,2%
Cantabria	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	0,6%	0,5%	0,6%	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	1,2%
Castilla y León	1,8%	2,4%	2,4%	2,3%	2,2%	2,2%	2,0%	1,7%	1,9%	1,9%	1,7%	1,6%	1,5%	1,5%	-1,1%
Castilla-La Mancha	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,1%
Cataluña	19,9%	22,3%	22,4%	23,8%	25,1%	26,1 %	26,0 %	25,1 %	24,3 %	25,0 %	23,4 %	25,1 %	25,8 %	25,9 %	1,9%
Comunitat Valenciana	9,0%	9,3%	9,5%	9,3%	9,7%	9,6%	9,7%	10,0 %	9,8%	9,5%	9,5%	9,3%	9,8%	9,6%	0,4%
Extremadura	0,3%	0,2%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,8%
Galicia	1,4%	1,6%	1,5%	1,4%	2,1%	2,0%	1,8%	1,6%	1,5%	1,3%	1,5%	1,5%	1,4%	1,6%	0,8%
Madrid, Comunidad de	6,1%	5,8%	5,8%	6,2%	6,1%	6,9%	7,5%	8,1%	9,2%	8,8%	8,0%	7,8%	7,0%	7,0%	1,0%
Murcia, Región de	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	1,1%	1,2%	1,4%	1,6%	1,3%	1,1%	1,0%	1,0%	1,2%	2,8%
Navarra, Comunidad Foral de	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	1,3%
País Vasco	1,5%	1,8%	1,9%	1,8%	1,7%	1,8%	1,6%	1,5%	1,5%	1,7%	2,2%	2,4%	2,4%	2,4%	3,4%
Rioja, La	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	2,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos primarios de la S. G. de Conocimiento y Estudios Turístico, IET, y datos Ministerio de Industria, Energía y Turismo, ambos procedentes de datos de Turismo Receptor del INE. 2015

Tabla 4: Estancia media anual de los turistas en noches por Comunidades Autónomas, 2004-2014

Noches	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	10	10	9	9	10	10	10	9	9	9	9	-1,0%
Andalucía	11	11	11	12	12	12	12	11	11	11	11	0,0%
Aragón	9	9	7	7	7	8	10	10	10	9	9	0,0%
Asturias, Principado de	13	13	11	11	11	15	12	12	13	14	14	0,7%
Balears, Illes	10	10	10	9	9	9	9	9	9	8	8	-2,0%
Canarias	10	11	11	10	11	11	10	10	10	10	10	0,0%
Cantabria	11	11	9	10	11	11	11	9	9	9	9	-1,8%
Castilla y León	11	9	10	9	9	10	10	11	11	14	13	1,5%
Castilla-La Mancha	7	7	6	7	8	8	6	7	8	8	8	1,2%
Cataluña	8	8	8	7	7	8	8	8	7	7	7	-1,2%
Comunitat Valenciana	14	12	13	12	13	12	13	12	12	11	11	-2,2%
Extremadura	7	8	6	7	7	8	9	11	10	7	7	0,0%
Galicia	10	8	7	8	8	9	10	8	8	9	9	-1,0%
Madrid, Comunidad de	8	8	7	7	8	8	7	7	7	7	7	-1,2%
Murcia, Región de	15	13	13	13	14	13	13	13	13	13	13	-1,3%
Navarra, Comunidad Foral de	7	8	6	6	6	8	6	5	5	6	6	-1,4%
País Vasco	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	0,0%
Rioja, La	11	11	11	11	7	11	8	6	5	7	9	-1,8%
Ceuta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Melilla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de datos primarios de la S. G. de Conocimiento y Estudios Turísticos, IET. 2015

Tabla 5: Viajeros extranjeros entrados por Comunidades y Ciudades Autónomas, 1999-2014

<u>Extranjeros</u>	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	27.159.022	27.072.860	27.011.998	26.610.690	27.248.610	27.619.861	29.028.691	34.411.759	35.782.745	35.757.721	32.002.237	34.005.932	39.542.095	39.936.733	41.251.553	43.131.787	3,4%
Andalucía	5.127.112	5.091.963	5.071.641	5.073.503	5.020.494	4.880.461	5.198.942	5.956.009	6.104.922	5.933.716	5.030.752	5.074.042	5.902.201	6.096.812	6.332.452	6.638.799	1,6%
Aragón	252.526	252.124	250.975	270.659	271.273	270.118	278.464	314.421	338.294	381.149	298.439	330.253	369.595	379.192	398.863	440.365	3,5%
Asturias, Principado de	106.553	106.291	105.681	113.751	107.237	114.390	127.450	159.360	171.040	168.672	148.500	164.217	184.721	175.389	188.385	222.405	4,7%
Baleares, Illes	5.922.984	5.923.812	5.904.185	5.208.957	5.628.992	5.650.457	5.828.066	6.667.798	6.568.156	6.392.581	5.699.283	6.112.267	6.974.291	7.302.496	7.435.403	7.426.689	1,4%
Canarias	3.479.288	3.463.423	3.461.218	3.264.170	3.300.343	3.213.925	3.219.421	4.460.482	4.751.342	4.939.760	4.198.839	4.313.240	5.691.498	5.699.615	6.043.685	6.641.080	4,1%
Cantabria	141.200	142.145	142.378	150.081	125.982	144.408	167.442	171.200	184.118	186.896	171.803	185.281	189.581	186.639	201.437	193.328	2,0%
Castilla y León	690.736	687.540	685.087	724.499	658.011	724.707	706.145	740.400	830.308	818.469	738.040	778.182	844.109	833.766	891.493	951.937	2,0%
Castilla-La Mancha	325.672	321.864	319.987	324.679	306.128	298.288	278.971	304.171	320.924	324.521	292.902	304.718	326.158	314.487	303.400	327.324	0,0%
Cataluña	5.651.832	5.650.270	5.632.419	5.950.516	5.992.838	6.323.266	6.615.229	7.940.045	8.189.662	8.338.328	7.805.186	8.625.195	9.897.662	9.939.260	10.256.552	10.406.769	3,9%
Comunitat Valenciana	1.527.749	1.526.207	1.555.983	1.603.382	1.831.712	1.742.474	1.997.798	2.404.652	2.452.414	2.452.220	2.107.888	2.098.264	2.277.824	2.445.852	2.685.692	2.721.065	3,7%
Extremadura	144.903	145.462	144.899	150.623	137.078	132.162	113.679	137.215	151.022	138.876	146.637	151.859	197.160	171.109	178.977	183.965	1,5%
Galicia	462.270	462.278	456.808	474.049	531.900	586.851	626.631	654.442	731.706	693.292	642.270	712.047	722.606	742.753	828.906	978.464	4,8%
Madrid, Comunidad de	2.562.699	2.532.424	2.512.901	2.472.853	2.482.894	2.638.381	2.908.439	3.419.204	3.811.854	3.805.690	3.652.834	4.006.812	4.669.468	4.297.502	4.044.312	4.471.330	3,5%
Murcia, Región de	129.206	132.898	133.582	148.593	163.560	166.837	174.254	218.027	213.755	209.706	165.231	166.025	183.640	173.160	194.284	219.685	3,4%
Navarra, C. F. de	120.799	121.347	122.696	130.512	126.138	143.222	141.596	146.843	175.704	170.877	158.225	162.297	184.053	193.388	222.300	238.438	4,3%
País Vasco	420.867	420.621	420.095	455.275	463.831	497.491	549.649	616.018	682.826	699.648	638.923	709.175	807.896	864.805	916.964	930.173	5,1%
Rioja, La	62.120	61.217	60.958	66.662	69.263	65.765	70.246	74.823	79.845	81.689	80.300	83.143	87.715	85.619	88.381	101.193	3,1%
Ceuta	21.596	22.094	21.672	19.761	22.348	17.024	15.250	16.142	13.808	12.321	17.083	19.857	21.266	21.842	25.790	24.131	0,7%
Melilla	8.910	8.880	8.833	8.165	8.588	9.634	11.019	10.507	11.045	9.310	9.102	9.058	10.651	13.047	14.277	14.647	3,2%

<u>Cuota</u>	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%
Andalucía	18,9%	18,8%	18,8%	19,1%	18,4%	17,7%	17,9%	17,3%	17,1%	16,6%	15,7%	14,9%	14,9%	15,3%	15,4%	15,4%	-1,3%
Aragón	0,9%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%	1,1%	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	0,6%
Asturias, Principado de	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	1,7%
Balears, Illes	21,8%	21,9%	21,9%	19,6%	20,7%	20,5%	20,1%	19,4%	18,4%	17,9%	17,8%	18,0%	17,6%	18,3%	18,0%	17,2%	-1,5%
Canarias	12,8%	12,8%	12,8%	12,3%	12,1%	11,6%	11,1%	13,0%	13,3%	13,8%	13,1%	12,7%	14,4%	14,3%	14,7%	15,4%	1,2%
Cantabria	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	-0,9%
Castilla y León	2,5%	2,5%	2,5%	2,7%	2,4%	2,6%	2,4%	2,2%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,1%	2,1%	2,2%	2,2%	-0,9%
Castilla-La Mancha	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,1%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	0,8%	-2,8%
Cataluña	20,8%	20,9%	20,9%	22,4%	22,0%	22,9%	22,8%	23,1%	22,9%	23,3%	24,4%	25,4%	25,0%	24,9%	24,9%	24,1%	0,9%
Comunitat Valenciana	5,6%	5,6%	5,8%	6,0%	6,7%	6,3%	6,9%	7,0%	6,9%	6,9%	6,6%	6,2%	5,8%	6,1%	6,5%	6,3%	0,7%
Extremadura	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	-1,4%
Galicia	1,7%	1,7%	1,7%	1,8%	2,0%	2,1%	2,2%	1,9%	2,0%	1,9%	2,0%	2,1%	1,8%	1,9%	2,0%	2,3%	1,8%
Madrid, Comunidad de	9,4%	9,4%	9,3%	9,3%	9,1%	9,6%	10,0%	9,9%	10,7%	10,6%	11,4%	11,8%	11,8%	10,8%	9,8%	10,4%	0,6%
Murcia, Región de	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%
Navarra, Comunidad Foral de	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	1,4%
País Vasco	1,5%	1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,8%	1,9%	1,8%	1,9%	2,0%	2,0%	2,1%	2,0%	2,2%	2,2%	2,2%	2,1%
Rioja, La	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Ceuta	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	-2,2%
Melilla	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	1,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015

Tabla 6: Viajeros residentes en España entrados por Comunidades y Ciudades Autónomas, 1999-2014

Residentes en España	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	32.911.571	32.964.469	32.892.302	33.258.122	35.282.766	39.211.402	41.600.341	47.444.137	48.640.681	47.241.161	45.138.083	43.232.419	45.824.875	43.025.755	42.569.369	44.682.752	2,2%
Andalucía	6.237.954	6.267.536	6.237.697	6.331.204	6.831.854	7.654.318	8.431.447	9.652.603	10.026.691	9.835.621	9.174.850	8.514.374	8.992.305	8.354.777	8.611.659	8.950.324	2,3%
Aragón	1.551.566	1.552.343	1.545.737	1.544.793	1.581.833	1.648.333	1.644.113	1.806.873	1.901.697	2.055.830	1.693.297	1.672.190	1.784.712	1.649.584	1.680.966	1.782.006	0,9%
Asturias, Principado de	969.332	964.981	958.300	952.795	979.351	1.066.835	1.159.847	1.363.685	1.445.764	1.319.961	1.255.455	1.193.571	1.267.273	1.162.888	1.219.652	1.271.303	1,7%
Baleares, Illes	1.116.597	1.097.067	1.070.159	1.096.898	1.074.031	1.218.280	1.372.566	1.692.072	1.541.188	1.570.492	1.376.014	1.362.964	1.404.186	1.159.357	1.128.001	1.094.875	-0,1%
Canarias	1.369.262	1.368.674	1.357.973	1.457.555	1.570.041	1.814.273	1.898.288	2.349.753	2.494.210	2.575.024	2.297.389	2.179.998	2.245.208	1.980.022	1.890.386	1.876.969	2,0%
Cantabria	742.737	749.719	756.834	777.853	809.661	797.150	882.521	1.009.305	947.927	889.773	930.695	830.756	866.210	843.556	833.642	842.228	0,8%
Castilla y León	2.983.421	2.993.481	2.983.571	3.006.841	2.991.651	3.292.137	3.291.964	3.508.703	3.691.966	3.572.029	3.458.151	3.187.329	3.372.117	3.093.350	3.138.176	3.240.093	0,5%
Castilla-La Mancha	1.568.260	1.568.705	1.562.758	1.492.760	1.482.241	1.600.894	1.703.739	1.780.012	1.866.171	1.792.613	1.677.392	1.537.310	1.585.070	1.449.949	1.440.084	1.581.543	0,1%
Cataluña	4.636.418	4.624.319	4.618.174	4.629.082	4.782.201	5.235.450	5.530.869	6.312.831	6.235.572	6.099.400	6.226.090	6.276.828	6.608.596	6.297.683	5.951.139	6.366.697	2,0%
Comunitat Valenciana	3.223.192	3.259.236	3.272.449	3.254.588	3.818.503	4.123.223	4.363.397	5.248.696	5.328.966	4.829.380	4.798.597	4.478.295	4.665.674	4.487.902	4.497.032	4.572.930	2,2%
Extremadura	945.263	943.726	942.172	843.066	859.727	897.612	891.404	975.841	1.019.021	1.000.479	995.110	922.045	1.076.357	1.025.166	988.243	1.010.672	0,4%
Galicia	2.046.411	2.052.875	2.063.188	2.138.407	2.519.487	3.089.137	2.903.270	2.944.778	3.007.818	2.839.448	2.757.186	2.897.843	2.631.462	2.473.593	2.545.252	2.669.107	1,7%
Madrid, Comunidad de	3.064.043	3.055.642	3.059.948	3.211.510	3.268.827	3.840.224	4.397.379	5.226.370	5.495.870	5.363.954	5.185.758	4.990.884	5.702.059	5.535.839	5.156.440	5.812.096	4,1%
Murcia, Región de	664.972	669.793	664.229	659.833	719.213	759.189	825.693	950.461	1.039.908	961.718	840.768	798.270	838.733	837.378	863.110	874.695	1,7%
Navarra, C. F. de	432.434	435.222	435.829	427.724	432.234	484.296	520.843	605.144	591.873	586.763	551.615	519.349	630.773	602.667	616.972	659.719	2,7%
Pais Vasco	938.602	940.231	945.596	1.005.711	1.111.447	1.236.530	1.304.040	1.474.889	1.463.070	1.404.754	1.408.329	1.383.100	1.608.195	1.566.853	1.500.007	1.552.496	3,2%
Rioja, La	347.956	349.508	348.251	362.262	376.982	372.178	398.160	449.864	443.973	450.313	417.073	395.757	446.306	416.335	421.830	437.897	1,4%
Ceuta	49.403	48.191	46.476	41.593	52.235	50.519	47.472	54.785	57.609	57.707	59.303	57.629	59.434	52.137	48.204	43.881	-0,7%
Melilla	23.748	23.220	22.961	23.647	21.247	30.824	33.329	37.472	41.387	35.902	35.011	33.927	40.205	36.719	38.574	43.221	3,8%

Cuota	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%
Andalucía	19,0%	19,0%	19,0%	19,0%	19,4%	19,5%	20,3%	20,3%	20,6%	20,8%	20,3%	19,7%	19,6%	19,4%	20,2%	20,0%	0,3%
Aragón	4,7%	4,7%	4,7%	4,6%	4,5%	4,2%	4,0%	3,8%	3,9%	4,4%	3,8%	3,9%	3,9%	3,8%	3,9%	4,0%	-1,0%
Asturias, Principado de	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,8%	2,7%	2,8%	2,9%	3,0%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,7%	2,9%	2,8%	-0,2%
Baleares, Illes	3,4%	3,3%	3,3%	3,3%	3,0%	3,1%	3,3%	3,6%	3,2%	3,3%	3,0%	3,2%	3,1%	2,7%	2,6%	2,5%	-2,0%
Canarias	4,2%	4,2%	4,1%	4,4%	4,4%	4,6%	4,6%	5,0%	5,1%	5,5%	5,1%	5,0%	4,9%	4,6%	4,4%	4,2%	0,1%
Cantabria	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,0%	2,1%	2,1%	1,9%	1,9%	2,1%	1,9%	1,9%	2,0%	2,0%	1,9%	-1,1%
Castilla y León	9,1%	9,1%	9,1%	9,0%	8,5%	8,4%	7,9%	7,4%	7,6%	7,6%	7,7%	7,4%	7,4%	7,2%	7,4%	7,3%	-1,4%
Castilla-La Mancha	4,8%	4,8%	4,8%	4,5%	4,2%	4,1%	4,1%	3,8%	3,8%	3,8%	3,7%	3,6%	3,5%	3,4%	3,4%	3,5%	-1,8%
Cataluña	14,1%	14,0%	14,0%	13,9%	13,6%	13,4%	13,3%	13,3%	12,8%	12,9%	13,8%	14,5%	14,4%	14,6%	14,0%	14,2%	0,1%
Comunitat Valenciana	9,8%	9,9%	9,9%	9,8%	10,8%	10,5%	10,5%	11,1%	11,0%	10,2%	10,6%	10,4%	10,2%	10,4%	10,6%	10,2%	0,3%
Extremadura	2,9%	2,9%	2,9%	2,5%	2,4%	2,3%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,2%	2,1%	2,3%	2,4%	2,3%	2,3%	-1,5%
Galicia	6,2%	6,2%	6,3%	6,4%	7,1%	7,9%	7,0%	6,2%	6,2%	6,0%	6,1%	6,7%	5,7%	5,7%	6,0%	6,0%	-0,3%
Madrid, Comunidad de	9,3%	9,3%	9,3%	9,7%	9,3%	9,8%	10,6%	11,0%	11,3%	11,4%	11,5%	11,5%	12,4%	12,9%	12,1%	13,0%	2,1%
Murcia, Región de	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	1,9%	2,0%	2,0%	2,1%	2,0%	1,9%	1,8%	1,8%	1,9%	2,0%	2,0%	-0,2%
Navarra, Comunidad Foral de	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,4%	1,4%	1,4%	1,5%	0,7%
País Vasco	2,9%	2,9%	2,9%	3,0%	3,2%	3,2%	3,1%	3,1%	3,0%	3,0%	3,1%	3,2%	3,5%	3,6%	3,5%	3,5%	1,2%
Rioja, La	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	-0,5%
Ceuta	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	-2,6%
Melilla	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	1,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015

Tabla 7: Estancia media de los viajeros en días por Comunidades y Ciudades Autónomas, 1999-2014

<u>Media de días*</u>	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	3,0	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,6	2,6	2,6	2,6	-0,9%
Andalucía	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1	3,0	2,8	2,7	2,7	2,8	2,6	2,8	2,8	2,8	2,8	-0,6%
Aragón	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	-0,8%
Asturias, Principado de	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2,0	1,8	2,0	2,0	1,9	1,9	-0,3%
Baleares, Illes	8,1	7,5	7,4	7,0	6,9	6,6	6,5	5,7	5,8	5,7	5,8	5,4	5,7	5,7	5,7	5,4	-2,5%
Canarias	7,9	7,7	7,8	7,8	7,8	7,6	7,5	6,9	6,7	6,6	6,9	6,5	7,4	7,4	7,5	7,5	-0,4%
Cantabria	2,2	2,2	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2	2,3	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2	-0,1%
Castilla y León	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,7	1,7	1,6	1,6	0,0%
Castilla-La Mancha	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	0,5%
Cataluña	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2	3,1	3,1	2,8	2,7	2,7	2,7	2,5	2,7	2,8	2,8	2,8	-0,9%
Comunitat Valenciana	4,4	4,5	4,2	4,2	3,8	3,7	3,6	3,2	3,3	3,3	3,3	3,1	3,5	3,4	3,4	3,4	-1,6%
Extremadura	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	0,6%
Galicia	2,2	2,3	2,3	2,3	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2	2,1	1,9	2,1	2,0	2,0	1,9	-0,9%
Madrid, Comunidad de	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9	1,9	1,7	1,9	1,9	1,9	1,9	-0,7%
Murcia, Región de	3,2	3,1	3,0	3,0	3,0	2,8	2,6	2,3	2,5	2,5	2,6	2,4	2,6	2,4	2,4	2,4	-1,8%
Navarra, Comunidad Foral de	1,7	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	1,9	1,9	1,9	1,9	1,7	1,9	1,9	1,8	1,8	0,5%
País Vasco	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	1,7	1,9	1,9	1,9	1,9	-0,1%
Rioja, La	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	-0,2%
Ceuta	2,9	2,4	2,5	2,7	2,2	2,4	2,5	2,0	2,2	2,1	2,0	1,9	2,0	2,0	2,1	2,4	-1,2%
Melilla	3,3	2,7	2,8	2,4	2,2	2,2	2,6	2,6	2,7	2,7	2,8	2,4	2,7	2,6	2,4	2,7	-1,2%

* Cálculo a partir del cociente entre las pernoctaciones y el número de viajeros.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015

Tabla 8: Pernotaciones totales por Comunidades y Ciudades Autónomas, 2001-2014

Pernotaciones actuales	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMA A
TOTAL	228.681.571	222.554.782	228.160.910	234.697.168	245.637.162	267.027.858	271.689.483	268.551.836	250.984.809	254.384.888	286.761.260	280.659.542	286.030.161	295.260.637	1,8%
Andalucía	35.275.284	35.219.266	36.748.852	38.846.227	41.332.273	43.809.767	44.677.640	44.171.549	40.681.215	39.223.700	42.363.332	41.181.764	43.061.934	45.026.227	1,8%
Aragón	3.723.874	3.870.361	3.879.550	3.977.375	4.106.101	4.405.040	4.721.267	5.239.955	4.140.003	4.070.339	4.245.015	3.965.278	4.032.798	4.226.141	0,9%
Asturias, Principado de	2.438.957	2.399.774	2.467.994	2.674.330	3.032.148	3.275.772	3.428.616	3.136.332	2.880.282	2.841.747	3.031.118	2.805.187	2.844.238	2.953.495	1,4%
Baleares, Illes	53.440.949	47.355.361	48.567.729	47.842.701	49.463.056	52.056.789	50.721.651	49.633.275	45.769.098	48.177.838	53.753.803	54.242.098	54.405.535	52.465.516	-0,1%
Canarias	37.780.198	36.747.870	38.166.754	38.007.312	38.551.887	47.172.390	48.436.041	49.400.350	45.170.034	45.850.204	58.495.171	57.216.312	59.319.964	63.517.125	3,8%
Cantabria	2.237.751	2.245.783	2.229.059	2.310.763	2.615.967	2.800.814	2.690.985	2.493.231	2.542.143	2.384.988	2.353.392	2.265.236	2.316.718	2.375.554	0,4%
Castilla y León	6.191.806	6.474.453	6.295.563	6.727.808	6.703.678	7.194.272	7.759.861	7.611.142	7.136.186	6.724.603	7.101.446	6.469.989	6.562.938	6.783.603	0,7%
Castilla-La Mancha	3.036.005	3.033.066	3.013.399	3.209.496	3.438.796	3.618.420	3.847.538	3.807.441	3.518.965	3.263.507	3.352.304	2.974.775	2.933.088	3.173.960	0,3%
Cataluña	36.876.001	36.956.871	36.924.995	38.115.859	40.124.913	42.076.029	42.283.705	42.150.242	40.742.219	43.586.630	48.173.653	48.376.535	49.295.451	50.225.157	2,2%
Comunitat Valenciana	20.520.485	20.503.703	21.608.949	21.659.853	23.338.514	25.052.423	25.736.732	24.531.982	23.419.505	22.695.180	24.432.328	23.981.670	24.832.590	25.213.264	1,5%
Extremadura	1.804.321	1.694.511	1.722.492	1.808.002	1.776.148	2.015.231	2.097.557	2.094.221	2.046.857	1.925.903	2.229.286	2.091.370	1.996.183	2.031.234	0,8%
Galicia	5.851.578	6.263.578	6.480.303	7.873.960	7.594.782	7.758.043	8.024.978	7.790.366	7.444.456	7.793.953	7.158.336	6.643.325	6.761.686	7.096.620	1,4%
Madrid, Comunidad de	12.184.360	12.337.098	12.235.768	13.448.971	14.932.243	16.498.313	17.489.180	17.077.813	16.518.799	16.991.507	19.976.930	18.625.877	17.776.728	19.855.705	3,5%
Murcia, Región de	2.470.785	2.455.900	2.653.161	2.604.652	2.654.960	2.707.628	3.124.044	2.954.055	2.637.077	2.563.652	2.692.912	2.537.427	2.652.772	2.719.536	0,7%
Navarra, C. F. de	1.149.374	1.140.699	1.101.280	1.228.127	1.309.069	1.444.909	1.463.256	1.427.132	1.345.992	1.282.113	1.541.991	1.491.346	1.521.995	1.643.973	2,6%
País Vasco	2.689.165	2.828.403	3.017.559	3.302.032	3.574.740	3.932.307	3.961.136	3.842.982	3.822.576	3.901.159	4.627.708	4.634.398	4.544.926	4.691.282	4,1%
Ríoja, La	754.872	787.931	822.251	812.345	816.844	943.058	931.577	925.419	893.086	835.349	935.554	878.993	888.707	940.863	1,6%
Ceuta y Melilla	255.806	240.154	225.252	247.355	271.043	266.653	293.719	264.349	276.316	272.516	296.981	277.962,	281.910	321.382	1,6%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015

Tabla 9: Media anual de plazas en establecimientos hoteleros por Comunidades y Ciudades Autónomas, 2001-2014

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
TOTAL	1.055.884,1	1.080.451,2	1.122.228,9	1.175.486,0	1.212.566,5	1.263.776,0	1.297.686,9	1.340.556,5	1.364.063,2	1.307.813,3	1.427.788,0	1.432.718,5	1.435.630,9	1.438.715,9	2,2%
Andalucía	171.365,4	178.518,7	189.127,0	207.016,1	218.374,8	225.062,8	231.813,0	240.801,8	244.348,7	227.456,6	245.385,7	242.322,6	244.430,5	245.901,2	2,6%
Aragón	27.064,8	27.554,5	28.220,9	28.586,1	29.254,7	29.855,0	31.625,0	35.190,9	37.186,3	35.260,2	38.838,1	38.280,8	37.261,2	37.105,4	2,3%
Asturias, Principado de	17.518,3	19.478,3	20.397,8	21.490,6	22.536,0	23.143,5	23.394,3	23.797,8	23.573,3	22.443,1	24.237,7	24.486,0	23.420,6	23.709,8	2,2%
Baleares, Illes	192.205,8	184.246,7	185.577,3	184.591,1	186.366,1	184.756,4	184.918,8	185.016,0	182.456,4	181.618,6	188.204,6	188.402,3	188.544,4	185.866,0	-0,2%
Canarias	143.880,3	147.108,4	150.121,7	153.168,5	156.929,5	184.851,2	193.241,3	197.915,0	201.181,0	190.996,3	222.296,1	225.571,1	225.409,4	229.256,8	3,4%
Cantabria	14.006,0	14.613,8	15.079,4	15.807,8	16.546,8	16.767,3	16.798,3	16.868,1	16.939,6	15.719,3	16.636,4	16.582,3	16.205,9	15.897,1	0,9%
Castilla y León	44.851,5	47.329,9	49.769,2	51.513,5	52.117,5	53.820,8	56.503,8	58.639,3	59.296,3	54.836,4	59.952,8	60.083,8	59.621,4	58.549,9	1,9%
Castilla-La Mancha	25.490,8	25.787,5	26.759,2	27.796,4	28.115,7	28.909,5	30.477,8	31.898,3	33.037,4	31.321,3	34.621,0	34.597,4	33.877,0	33.748,6	2,0%
Cataluña	165.755,3	171.574,2	177.738,3	185.857,3	191.158,3	192.985,4	194.041,2	202.124,3	205.907,1	211.069,7	226.554,8	229.460,5	233.648,2	236.502,4	2,6%
Comunitat Valenciana	84.945,8	90.690,6	96.355,5	102.924,8	107.381,8	111.851,3	115.344,4	119.554,8	122.685,8	113.261,1	120.294,3	120.792,8	121.037,8	120.055,8	2,5%
Extremadura	14.480,9	14.690,4	15.285,1	15.822,8	16.000,4	16.284,7	16.361,0	16.949,8	17.627,3	16.646,4	19.481,8	20.001,9	19.843,5	19.557,6	2,2%
Galicia	47.234,8	49.211,8	53.396,4	56.415,7	57.155,6	57.133,6	58.827,7	60.646,0	62.394,3	58.183,6	62.586,3	63.154,9	61.817,6	62.172,6	2,0%
Madrid, Comunidad de	62.749,6	63.644,6	66.069,9	73.363,3	78.760,3	85.011,2	88.169,9	92.507,4	97.679,4	92.325,8	104.158,8	104.691,3	105.583,9	105.470,4	3,8%
Murcia, Región de	13.558,9	14.007,7	14.570,4	15.002,3	15.199,8	15.335,4	17.034,5	17.729,2	17.482,2	16.288,3	17.776,8	17.652,3	17.384,2	16.768,2	1,5%
Navarra, C. F. de	7.983,3	8.689,8	8.484,3	8.989,4	9.172,5	9.697,9	9.794,6	10.436,8	10.872,4	10.103,0	12.316,8	12.421,4	12.291,1	12.380,5	3,2%
País Vasco	16.391,1	16.699,9	18.339,0	19.245,7	20.167,2	21.089,8	21.888,3	22.664,1	23.575,0	22.942,3	26.485,4	26.408,9	26.613,8	26.933,3	3,6%
Rioja, La	4.597,1	4.812,4	5.171,5	5.459,2	5.528,0	5.467,5	5.700,5	6.015,3	5.985,0	5.575,4	6.108,6	6.003,8	5.855,4	5.828,8	1,7%
Ceuta y Melilla	1.804,4	1.792,1	1.766,1	1.835,7	1.801,6	1.752,7	1.752,7	1.801,6	1.835,7	1.766,1	1.792,1	1.804,4	2.785,0	3.011,7	3,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015

Tabla 10: Ocupación media anual de plazas en establecimientos hoteleros por Comunidades y Ciudades Autónomas, 2001-2014

% Ocupación	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TMAA
Andalucía	56,4%	54,1%	53,2%	51,4%	51,9%	53,3%	52,8%	50,3%	45,6%	47,2%	47,3%	46,6%	48,3%	50,2%	-0,8%
Aragón	37,7%	38,5%	37,7%	38,1%	38,5%	40,4%	40,9%	40,8%	30,5%	31,6%	29,9%	28,4%	29,7%	31,2%	-1,3%
Asturias, Principado de	38,1%	33,8%	33,1%	34,1%	36,9%	38,8%	40,2%	36,1%	33,5%	34,7%	34,3%	31,4%	33,3%	34,1%	-0,8%
Balears, Illes	76,2%	70,4%	71,7%	71,0%	72,7%	77,2%	75,1%	73,5%	68,7%	72,7%	78,2%	78,9%	79,1%	77,3%	0,1%
Canarias	71,9%	68,4%	69,7%	68,0%	67,3%	69,9%	68,7%	68,4%	61,5%	65,8%	72,1%	69,5%	72,1%	75,9%	0,4%
Cantabria	43,8%	42,1%	40,5%	40,0%	43,3%	45,8%	43,9%	40,5%	41,1%	41,6%	38,8%	37,4%	39,2%	40,9%	-0,5%
Castilla y León	37,8%	37,5%	34,7%	35,8%	35,2%	36,6%	37,6%	35,6%	33,0%	33,6%	32,5%	29,5%	30,2%	31,7%	-1,2%
Castilla-La Mancha	32,6%	32,2%	30,9%	31,6%	33,5%	34,3%	34,6%	32,7%	29,2%	28,5%	26,5%	23,6%	23,7%	25,8%	-1,7%
Cataluña	61,0%	59,0%	56,9%	56,2%	57,5%	59,7%	59,7%	57,1%	54,2%	56,6%	58,3%	57,8%	57,8%	58,2%	-0,3%
Comunitat Valenciana	66,2%	61,9%	61,4%	57,7%	59,5%	61,4%	61,1%	56,2%	52,3%	54,9%	55,6%	54,4%	56,2%	57,5%	-1,0%
Extremadura	34,1%	31,6%	30,9%	31,3%	30,4%	33,9%	35,1%	33,9%	31,8%	31,7%	31,4%	28,6%	27,6%	28,5%	-1,3%
Galicia	33,9%	34,9%	33,2%	38,2%	36,4%	37,2%	37,4%	35,2%	32,7%	36,7%	31,3%	28,8%	30,0%	31,3%	-0,6%
Madrid, Comunidad de	53,2%	53,1%	50,7%	49,8%	51,9%	53,2%	54,3%	50,6%	46,3%	50,4%	52,5%	48,7%	46,1%	51,6%	-0,2%
Murcia, Región de	49,9%	48,0%	49,9%	47,6%	47,9%	48,4%	50,2%	45,6%	41,3%	43,1%	41,5%	39,4%	41,8%	44,4%	-0,8%
Navarra, Comunidad Foral de	39,4%	36,0%	35,6%	37,4%	39,1%	40,8%	40,9%	37,5%	33,9%	34,8%	34,3%	32,9%	33,9%	36,4%	-0,6%
País Vasco	44,9%	46,4%	45,1%	47,0%	48,6%	51,1%	49,6%	46,5%	44,4%	46,6%	47,9%	48,1%	46,8%	47,7%	0,4%
Rioja, La	45,0%	44,9%	43,6%	40,8%	40,5%	47,3%	44,8%	42,1%	40,9%	41,0%	42,0%	40,1%	41,6%	44,2%	-0,1%
Ceuta y Melilla	38,8%	36,7%	34,9%	36,9%	41,2%	41,7%	45,9%	40,2%	41,2%	42,3%	45,4%	42,2%	27,7%	29,2%	-2,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ocupación hotelera, INE. 2015