



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA

**Alumno: María Inmaculada Blanco de
Cristino**

Julio, 2015

EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA

ÍNDICE.....	2
RESUMEN - ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD.....	7
I. Turismo cultural y perfil del turista.....	7
II. La UNESCO y creación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.....	8
CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN ESPAÑA.....	11
I. Importancia del turismo cultural en España.....	11
II. Presentación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España.....	13
ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA.....	16
I. Demanda cultural del GCPH.....	16
III. Análisis de datos de la demanda en las ciudades del GCPH durante la crisis económica.....	17
IV. Análisis de los resultados obtenidos sobre la demanda de las ciudades del GCPH durante la crisis económica.....	24
ANÁLISIS DE LA OFERTA EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA.....	26
I. Estrategias de oferta para eliminar la estacionalidad.....	26

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33
WEBGRAFÍA.....	34
ANEXO 1. VIAJEROS ENTRADOS POR PUNTOS TURÍSTICOS.....	35
ANEXO 2.1. ESTANCIA MEDIA.....	42
ANEXO 2. VIAJEROS ENTRADOS POR PUNTOS TURÍSTICOS Y MESES.....	43
ANEXO 3. PERSONAL OCUPADO POR PUNTOS TURÍSTICOS Y MESES.....	44

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado trata sobre las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. El estudio e investigación de su evolución entre 2007 y 2013, es decir, en los años que se sucede la crisis económica en España.

Además del estudio de la evolución, se han buscado una serie de problemas que fueron apareciendo durante ese período y las posibles soluciones.

Mediante una serie de datos minuciosamente extraídos de la página web de INE (Instituto Nacional de Estadística), se ha analizado la oferta y la demanda turística de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, a través de variables como las pernoctaciones, las estancias medias o la entrada de viajeros.

ABSTRACT

This Final Project talks about the World Heritage Cities of Spain. We have been studied and researched their evolution between 2007 and 2013. In these years, the economic crisis Spain's happened.

In addition, we have searched some problems and possible solutions during this period.

Through some series of carefully extracted piece of information, from the website of INE (Spanish Statistical Office), we have analysed the tourism supply and demand of World Heritage Cities of Spain, through variables such us overnight stays, the average

We have analyzed the tourism supply and demand of World Heritage Cities of Spain, through variables such as overnight stays, the average stay or entry of travellers.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del tema de estudio

El turismo se ha convertido desde hace ya mucho tiempo en una de las actividades económicas más importantes de nuestro país. La entrada de divisas que genera este sector ha llegado a superar con creces a otros sectores de nuestra economía. Es por esto que es de suma importancia saber cómo gestionar todo lo que engloba al turismo. Es decir, conocer bien el producto que se ofrece, qué esperan y qué necesitan los turistas o visitantes que acuden a nuestro país, cómo sacar partido a nuestros bienes sin llegar a explotarlos y cómo hacer para destacar sobre las demás.

En nuestro país tenemos la suerte de tener muchos factores a nuestro favor: tiempo favorable que ayuda al turismo de sol y playa; patrimonio cultural exquisito; parajes y paisajes de belleza sobrenatural; flora y fauna muy diversa y una gastronomía inigualable que nos hace únicos. Por eso, España es elegida por los turistas en sus períodos vacacionales como destino para disfrutar del tiempo libre y ocio; debido a que tiene muchos destinos con una gran variedad de actividades hechas a la medida de cada turista; ya sea descanso, relax, sol y playa, cultura e historia, negocios y congresos, gastronomía... todo lo que desean los turistas lo pueden encontrar en España.

En este caso, el Trabajo de Fin de Grado se centra en el turismo cultural de nuestro país, el cual ha sido dotado durante los años de quince fortalezas muy importantes, que son las Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza/ Eivissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Segovia, Santiago de Compostela, Tarragona, Toledo y Úbeda.

Pero el turismo, en los últimos años, ha sufrido variaciones y pérdidas debido a un problema que ha afectado a todos: la recesión y crisis económica que comenzó en el año 2008. Es esto lo que justifica analizar las ciudades del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE) durante el período que va desde antes del comienzo de la crisis (2007) hasta 2013; que es el último año del que se dispone de datos completos.

1.2. Objetivos

El objetivo, a grandes rasgos y de forma general, es analizar las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Informar sobre cómo, cuándo y por qué la UNESCO se creó y decidió a lo largo del tiempo crear, a su vez, el título de Patrimonio de la Humanidad. En términos más específicos y relativos al tema en el que me quiero centrar durante el resto del trabajo, está relacionado con la creación del GCPHE. Analizar los datos referidos a la oferta y la demanda, buscando así, los problemas que se suceden en estas ciudades durante el período dicho anteriormente, e intentado seguidamente buscar posibles soluciones.

El procedimiento de los siguientes capítulos ha sido distinto. Por una parte, se introduce el tema de la demanda de las Ciudades Patrimonio, seguido de un análisis de la evolución de ciertos datos sobre la demanda, como las pernoctaciones o la entrada de viajeros. A partir de la búsqueda incesante de hacer los cálculos necesarios, se obtuvieron una serie de resultados que se fueron exponiendo en diferentes tablas y gráficos, las cuales ayudan a interpretarlos con mayor facilidad. Una vez analizados y localizados los problemas, pasamos a la búsqueda de soluciones.

Por otra parte, tenemos la oferta, respecto a la que, al igual que con la demanda, se ha seguido el mismo procedimiento, es decir, análisis, búsqueda de problemas y posibles soluciones; esta vez desde el punto de vista de la oferta de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.

Los resultados de este trabajo resultan interesantes pues, a través de datos reales, se ha intentado buscar soluciones a algunos de los problemas que afectan al turismo en este tipo de ciudades en España. Otra intención, y puede que sea la base de este trabajo, es hacer ver que tenemos un patrimonio muy rico en nuestro país y que debemos cuidarlo, protegerlo y hacerlo crecer para que muchas generaciones puedan disfrutarlo como hacemos nosotros. Se ha intentado también demostrar, que España no es sólo un destino de sol y playa, de extranjeros y jóvenes que vienen de fiesta; sino que España tiene una grandísima variedad de tipologías de turismo, aptas para todas las edades y que hay que saber apreciar los pequeños detalles de cada lugar que se visita, para quedarse embriagado de su belleza y hacer de esa visita una experiencia inolvidable. Por lo que estoy segura al cien por cien, de que este hecho sucede en cada

una de nuestras Ciudades Patrimonio y que debemos fomentar el turismo nacional en estos destinos para que se pueda generar con más fuerza el internacional.

2. CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

I. Turismo cultural y perfil del turista

Es por todos sabido que el turismo es una actividad económica de primer orden, siendo dicho sector generador de la mayoría de entrada de divisas en España y en muchos más países tanto de la Comunidad Europea como de todo el mundo.

El turismo, y más concretamente el turismo cultural, se ha convertido en una de las actividades más importantes en los últimos años, con una evolución creciente y un gran impulso sobre todo en los últimos años. Esto es debido, en gran parte, al cambio producido en la mentalidad de los viajeros o turistas. Es decir, ha aumentado su curiosidad por descubrir lugares antes desconocidos, conocer nuevas culturas, gastronomía o simplemente por comprobar lo que han escuchado por el boca- oreja sobre algunos destinos. Sea cual sea el motivo, las estadísticas demuestran que este sector ha crecido de una forma impresionante y que promete seguir haciéndolo. Según Fernández (2006: 50): *“De esta manera, en las últimas décadas se ha producido un masivo incremento de productos turísticos que se consideran como patrimonio. Prentice apunta cómo la gran heterogeneidad de productos patrimoniales ha sido incrementada, no por los conocimientos científicos, sino por el incremento de oportunidades, por un deseo por la conservación y por la nostalgia del pasado”*

Pero la pregunta que nos hacemos realmente es la siguiente: ¿qué hace a un destino atractivo para el turista? La respuesta es fácil. Su patrimonio.

El patrimonio de un destino puede ser de muchos tipos, desde patrimonio histórico, como cultural, natural, artístico, etc. Cada destino turístico tiene su propio patrimonio; muchos de estos destinos tienen una gran riqueza patrimonial, e incluso, algunos de ellos pueden presumir de tener varios de estos tipos de patrimonio; y es por eso que deben saber cómo aprovecharlo, exprimir sus encantos, darlo a conocer, pero también, y sobre todo, de saber cómo cuidarlo. De su mantenimiento depende que ese patrimonio perdure por mucho tiempo o se vea dañado por el paso del tiempo, por el mal trato del turista o simplemente por los fenómenos propios de la naturaleza.

En los últimos años se ha despertado en los turistas el deseo cultural, de saber realmente por qué nuestro patrimonio es así, qué esconde tras sus muros, sus mitos y leyendas, su origen y finalidad, etc. Aspectos que nos han ido llamando la atención y que ahora forman el conocido turismo cultural. Se puede decir, que se ha creado un perfil de turistas culturales a partir de sus motivaciones, comportamientos o la elección del destino. Por un lado, los turistas cuya motivación es puramente cultural, los cuales organizan sus viajes con antelación; por otra parte, los turistas que no viajan por motivos culturales en sí, pero que no descartan realizar alguna actividad cultural durante su estancia o viajes; y finalmente, los turistas ocasionales que visitan una ciudad cultural muy conocida en su vida y no vuelven a repetir más.

La cultura, el saber, la educación y todo lo que esto engloba es muy importante en nuestra sociedad; sobre todo en nuestros tiempos, en los que lo que prima en la vida de una persona es su formación, para así poder llegar a ser una persona competente, formada, culta; y llegar así a lo más alto. Y esto no sólo es algo por lo que se intenta luchar en nuestros tiempos, ya que en tiempos pasados también se sucedieron una serie de hechos que afectaron a estos dichos campos.

II. La UNESCO y creación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Un punto importante de la historia en la que hay un antes y un después en la educación y la cultura se produce en plena Segunda Guerra Mundial; entre los gobiernos europeos nace la duda de cómo se reconstruirá el sistema educativo una vez que se consiga la paz. Recién acabada la guerra, en 1945, se lleva a cabo en Londres una Conferencia de las Naciones Unidas, en la que se encuentran los representantes de cerca de unos cuarenta Estados. El objetivo de dicha conferencia era de primera necesidad y prioridad: crear una cultura de paz.

Tras esta conferencia, treinta y siete fueron los Estados que firmaron la Constitución que supuso el nacimiento de la conocida Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en inglés *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. Con su entrada en vigor, en 1946, veinte son los Estados que la aceptan: Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Checoslovaquia, China, Dinamarca, Egipto, Estados Unidos de América, Francia, Grecia, India, Líbano, México, Noruega, Nueva Zelanda, República Dominicana, Reino Unido, Sudáfrica y Turquía. A lo largo de la historia se han retirado algunos de

los Estados por distintos motivos, entre ellos motivos políticos, sobre todo. Actualmente, son doscientos ocho los Estados Miembro de la UNESCO: cincuenta y cuatro países de África, veintiuno de los Estados Árabes, cuarenta y siete de Asia y Pacífico, cincuenta países pertenecientes a Europa y América del Norte y treinta y seis países de América latina y el Caribe; además de los seis Estados Asociados.

Se puede decir que lo que realmente quiere la UNESCO es orientar a las ciudades, pueblos o lugares específicos a que sean capaces de saber gestionar y desarrollar sus recursos (ya sean culturales, naturales...), intentando adaptarlos también a los tiempos que vivimos, modernizarlos y hacerlos crecer, siempre y cuando no pierdan su seña de identidad. Es aquí donde entra en juego la creatividad y la imaginación, las cuales son armas que se pueden usar en beneficio propio para sacar todo el partido posible a sus bienes.

Siempre es dicho que todo esfuerzo tiene su recompensa; y saber mantener años, décadas y siglos de historia conlleva mucho sacrificio. De alguna manera, estos territorios merecen un premio, un distintivo que les acredite su trabajo. Hablamos pues, del título Patrimonio de la Humanidad, el cual la UNESCO otorga a los dichos territorios. No se debe olvidar que Patrimonio de la Humanidad no sólo pueden ser ciudades o poblaciones; también se incluyen tanto paisajes como monumentos o incluso montañas.

Existe un Programa Patrimonio de la Humanidad, creado por un Comité y el cual está formado por veintiún Estados Miembro (Argelia, Finlandia, Alemania, Líbano, Colombia, Croacia, Malasia, Filipinas India, Jamaica, Japón, Kazajistán, Perú, Polonia, Portugal, Catar, Corea del Sur, Senegal, Serbia, Turquía y Vietnam), cuyo fin es dar a conocer estos lugares y ayudar a cuidarlos para conseguir así que su vida sea lo más larga y duradera posible. Además, tienen la posibilidad de poder obtener financiación o ayudas económicas, que con seguridad, es uno de los aspectos básicos que se necesitan para el mantenimiento de estos lugares tan emblemáticos.

A lo largo de los años, la UNESCO ha llevado a cabo proyectos de protección de gran envergadura, que supusieron mucho esfuerzo económico y una gran colaboración por parte de los Países Miembro. Algunos de estos proyectos son, por ejemplo, el traslado de los templos de Abu Simbel y de File, en Egipto, debido a la construcción de la presa de Asuán; lo que supuso la inundación del valle y la

desaparición de tesoros realmente valiosos para la arquitectura. O también, salvar a Venecia y su laguna, entre muchas otras acciones.

Según los datos de 2014, consta que hay mil siete Patrimonios de la Humanidad (setecientos setenta y nueve culturales de los cuales hablaremos más en profundidad; ciento noventa y siete naturales y treinta y uno mixtos). En cabeza se encuentra Italia, siguiéndole China, España, Alemania, Francia, México y la India.

El título de Patrimonio de la Humanidad no se consigue de un día para otro pues requiere un proceso de selección lento, complejo, selectivo y estricto.

Para comenzar, el país debe desarrollar una lista con sus lugares significativos, para así crear la Lista Provisional. De esa lista, deben seleccionar uno de los lugares que pasará a un Expediente de Candidatura, el cual será posteriormente evaluado y recomendado al Comité del Patrimonio de la Humanidad.

Pero todo no acaba en el proceso de selección, ya que existen una serie de criterios que los territorios deben cumplir. Al haber tanta diferencia entre los bienes culturales y los naturales, el Comité creó unos criterios distintos para cada tipo y el territorio debe cumplir con, al menos, uno de ellos para poder ser incluido en la lista definitiva de Patrimonio de la Humanidad. Según la UNESCO, los criterios son los siguientes:

``Criterios culturales:

- I. Representar una obra maestra del genio creativo humano*
- II. Ser la manifestación de un intercambio considerable de valores humanos durante un determinado período o en un área cultural específica, en el desarrollo de la arquitectura, las artes monumentales, la planificación urbana o el diseño paisajístico.*
- III. Ser y aportar un testimonio único o por lo menos excepcional, de una tradición cultural o de una civilización desaparecida o que sigue viva.*
- IV. Ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de edificio de un conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre una etapa significativa o etapas significativas de la historia de la humanidad.*
- V. Constituir un ejemplo sobresaliente de hábitat o establecimiento humano tradicional, representativo de una cultura o de culturas ahora vulnerables por el impacto de un cambio irreversible.*

VI. Estar directa y perceptiblemente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas o creencias de importancia, o con obras artísticas o literarias de significado universal excepcional.

Criterios naturales:

I. Ser ejemplos sobresalientes y representativos de los diferentes períodos de la historia de la Tierra, incluyendo el registro de la evolución, de los procesos geológicos significativos en curso, del desarrollo de las formas terrestres, o de elementos geomórficos o fisiográficos significativos.

II. Contener fenómenos naturales extraordinarios o áreas de una belleza natural y una importancia estética excepcional.

III. Contener los hábitats naturales más importantes y más representativos para la conservación in situ de la diversidad biológica, incluyendo aquellos que alberguen especies amenazadas que posean un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o la conservación. También son criterios importantes la protección, la administración y la integridad del sitio.’’¹

Como se ha podido comprobar, llegar a ser Patrimonio de la Humanidad no es tarea fácil, pero merece la pena intentar luchar por los bienes que representan a cada lugar y que los hace tener su propia personalidad y seña de identidad.

3. CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN ESPAÑA

I. Importancia del turismo cultural en España

Como se ha señalado en el apartado anterior, son mil siete los Patrimonios de la Humanidad que se hay registrados en 2014; de los cuales setecientos setenta y nueve son culturales. Encabeza la lista, Italia como país con más lugares de interés del mundo, y no muy lejano a ella se encontraba España. En este apartado se analizarán el turismo cultural que hay en España y la aparición y consolidación en el mercado turístico de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

¹Fuente: http://www.ecured.cu/index.php/Patrimonio_de_la_Humanidad

España encarna en sus destinos la historia pura. Su mezcla de cultura y de patrimonio la convierte en uno de los países con más riqueza del mundo. De punta a punta recorreremos paisajes, parajes, ciudades, aldeas, monumentos, valles, de donde se puede apreciar la fusión entre lo antiguo y lo moderno. Su seña de identidad es inconfundible, al igual que la personalidad que nos caracteriza; que nos hacen ser diferentes.

Sobresale el patrimonio cultural, el cual embelesa desde cualquier rincón de España. Es capaz de transportarte entre épocas, de hacerte revivir tiempos pasados y hacerte sentir como un protagonista más.

Pero no sólo de patrimonio arqueológico o arquitectónico está formada nuestra rica cultura; porque en los últimos años, el teatro y el cine están tomando una importancia muy considerable en toda Europa. Los Festivales de Teatro de Mérida o los Festivales Cinematográficos de San Sebastián, conciertos y demás eventos, son algunos de los ejemplos claros en los que se puede apreciar el auge que están teniendo estos sectores.

Mediante datos estadísticos, se está comprobando que el turismo cultural se está convirtiendo en un complemento importante a la típica de sol y playa, debido a la calidad de los museos (Museo del Prado), monumentos, tradiciones (como los sanfermines, la tomatina, etc.), ferias (feria de abril), romerías (Virgen de la Cabeza, Rocío), gastronomía (Feria Nacional del Queso en Trujillo, Ruta de la Tapa...) y, sobre todo, también al cambio de mentalidad del turista, el deseo de conocer cosas nuevas y ampliar conocimientos.

Si lo que se quiere es ampliar conocimiento, España tiene en su poder una amplia red de bibliotecas y museos por toda la península. En Madrid se encuentra la biblioteca más importante, la Biblioteca Nacional, donde libros de ediciones únicas, manuscritos, grabados, etc. forman su exquisita riqueza.

Hablando de datos estadísticos, según la estadística de las *Enseñanzas no universitarias y Estadística de Estudiantes Universitarios junto con la Estadística de la Formación Profesional para el Empleo*², en 2013 se calculó que un 12,3% de los viajes totales fueron iniciados por motivos culturales; lo que supone unos 9,9 millones de

²“Anuario de Estadísticas Anuales”. (2014:31) Fuente: <http://www.mecd.gob.es/portada-mecd/>

viajes. A esto habría que añadir que las entradas de extranjeros por motivos culturales fueron de 7,4 millones. Es decir, un 14% del total de viajes. Estos datos se completan con los indicadores de gasto en viajes por motivos culturales, entre los que se distinguen 4.242,5 millones de euros gastados por los residentes en España; y unos 7.462,1 millones de euros gastados por turistas internacionales. Viendo el lado positivo, que se haya producido un aumento de viajes culturales supone también un aumento de puestos de trabajo en este sector; ya sea en museos, bibliotecas, guías turísticos, etc.; al igual que la entrada de divisas por motivos culturales y el beneficio económico por los propios residentes.

II. Presentación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

Por todo lo dicho anteriormente, se demuestra que el turismo cultural es una baza fuerte para España. Causa por la cual, en 1993, se decidió crear el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Su línea de actuación es paralela o casi igual que la de la UNESCO: actuar de forma responsable para conseguir el mantenimiento y protección de dichos bienes y patrimonio, llevar a cabo proyectos para combatir las dificultades a las que están sometidos estos territorios e intentar sacarles todo el potencial posible, sin que esto suponga una desculturización del territorio.

Exactamente son quince las Ciudades Patrimonio que tenemos en España, distribuidas entre las siguientes Comunidades Autónomas:

- Andalucía: Baeza, Úbeda y Córdoba.
- Extremadura: Cáceres y Mérida.
- Madrid: Alcalá de Henares.
- Castilla y León: Ávila, Salamanca y Segovia.
- Castilla- La Mancha: Cuenca, y Toledo.
- Galicia: Santiago de Compostela.
- Cataluña: Tarragona.
- Islas Baleares: Ibiza/ Eivissa.
- Islas Canarias: San Cristóbal de la Laguna.

Como se puede comprobar, los destinos son variados, al igual que el patrimonio y los bienes que los hacen diferentes de los demás; gracias a los cuales fueron nombrados Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España. Estos destinos han

ayudado mucho a que el turismo haya aumentado tanto en los últimos años y se haya convertido en uno de los sectores que más ingresos genera para el país.

Según estos destinos y su situación, es posible hacerse una idea más o menos clara del tipo de turismo que suelen atraer. En el caso de las Islas Canarias y Baleares, el tipo de turismo que se produce en esas zonas es de ocio, recreo, descanso, es decir, la búsqueda de sol y playa. En ciudades como Santiago de Compostela, el turismo es más de tipo religioso. La peregrinación a Santiago, y hacer su ya tan famoso camino, se ha convertido en un gran atractivo para muchos turistas, los cuales encuentran en esta opción una gran mezcla de actividades y fines. Mientras que en ciudades como Úbeda, Córdoba, Mérida y demás, el turismo que predomina es el cultural. Estas ciudades están impregnadas de historia y cultura en todos sus rincones. Ya sea por sus monumentos, sus tradiciones, sus edificaciones o sus museos, estos destinos se han ganado a pulso ser merecedoras del título de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Como ciudades patrimonio que son, saben llevar a cabo perfectamente sus objetivos: mantener sus bienes, no perder su personalidad y sobre todo saber sacarles partido de una forma responsable. Y es por este último motivo por el cual España obtiene ingresos; a través del gasto que genera el turista en el destino.

Hablando con datos estadísticos, según la IET (Instituto de Estudios Turísticos), el gasto total de los turistas en el mes de marzo de 2015, según el destino principal, fue de 4.197 millones de euros. Los destinos donde más gasto hizo el turista en ese mes fueron los siguientes, ordenados de mayor a menor:

1. Islas Canarias con 1.175 millones de euros
2. Cataluña con 946 millones de euros.
3. Andalucía con 633 millones de euros.
4. Madrid con 474 millones de euros.
5. Comunidad Valenciana con 372 millones de euros.
6. Islas Baleares con 269 millones de euros.
7. Resto de Comunidades, que suman en total 328 millones de euros.

Pero la pregunta que se plantea es la siguiente: ¿Cuál es el motivo del viaje y cuánto gasto hacen los turistas en dichos destinos? También hay datos estadísticos del

mismo mes de marzo de 2015, que responde a esta pregunta. El gasto total mensual fue de 4.197 millones de euros. Y los gastos y motivos del viaje son los siguientes:

- Ocio/ recreo / vacaciones: 3176 millones de euros.
- Trabajo/ negocios: 567 millones de euros.
- Otros: 455 millones de euros.

La evolución del turismo en España comenzó gracias a que la clase alta comenzó a asentarse en la costa, para evitar enfermedades. Fue entonces cuando se empezó a edificar y masificar las costas, atrayendo a los turistas extranjeros y también a los turistas domésticos. Así comenzó el conocido turismo de sol y playa. Por supuesto, este tipo de turismo sigue vivo en nuestros años y predomina sobre los demás. Engloba tanto el ocio, recreo, vacaciones y todo lo relacionado con el descanso y el relax.

Por otra parte, el turismo de trabajo y negocios ha experimentado también un incremento en los últimos años. La creación de exposiciones, ferias y congresos, como por ejemplo el MWC (Mobile WorldCongress) supone un gran beneficio económico para el destino donde se celebren dichos eventos.

En el apartado ocio/ recreo/ vacaciones, y aunque no se especifique del todo, está incluida la opción del turismo cultural, rozando las cifras del turismo de negocios. Por experiencia propia y por lo que veo durante mi trabajo en la agencia de viajes, me doy cuenta de que el turismo cultural está llamando la atención de muchas personas, y cada vez más. Un ejemplo claro, son los ancianos que están apuntados al IMSERSO y realizan viajes por toda España, costas e islas; y este año muchos de ellos ya cansados de siempre ir a la costa, han decidido cambiar su opción a turismo cultural. Y no sólo los ancianos se animan a este realizar este tipo de turismo, parejas jóvenes, familias, solteros, etc; buscan algo distinto, algo que les haga sentir activos y visitar aquello que siempre habían deseado y nunca se habían decidido a dar el paso.

En los dos próximos capítulos será donde profundizaremos más en el tema de la oferta y la demanda de turismo, su evolución desde que comenzó la crisis hasta ahora; aspectos positivos y negativos que afectan directamente. Todo esto con datos estadísticos reales de cada Ciudad Patrimonio.

4. ANALISIS DE LA DEMANDA EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA

I. Demanda cultural del GCPH

Como se ha señalado anteriormente, se tratará con más profundidad sobre la oferta y la demanda del turismo en las Ciudades Patrimonio desde que comenzó la recesión económica hasta la actualidad. En este apartado, se analizará la demanda.

Según Pulido (2012:64), la demanda turística *“viene determinada por todas las compras que realizan los turistas, identificándose, por consiguiente, a las empresas turísticas como aquellas empresas que venden sus bienes y servicios principalmente a los turistas”*. En el ámbito del turismo, cuando se habla de las compras que realizan los turistas, se refiere a la compra de servicios; ya sean estancias, entradas o cualquier otro tipo de servicio que satisfaga sus necesidades y expectativas. Esta será la base de la cual partiremos para desarrollar este apartado.

Son quince los destinos que forman el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE). Estas ciudades españolas tienen en su poder el patrimonio más rico y deseado de toda España. Además de tener la responsabilidad de mantenerlo y protegerlo, no se puede olvidar que deben ofrecerlo y darlo a conocer a todo el mundo. Muchos de estos destinos albergan siglos de historia, son referencia mundial; símbolo y seña de identidad que los diferencia del resto de patrimonio, el cual los hace especiales e inigualables.

Pero no sólo con tener una riqueza inmejorable se consigue llamar la atención del turista. Territorio y turismo deben trabajar codo con codo para conseguir que haya demanda del destino. Con esto quiero decir que, estudiando las posibilidades del destino e investigando las preferencias, expectativas, necesidades y deseos del turista, se puede llevar a cabo un proceso de creación de estrategias de demanda.

Todas estas ciudades decidieron utilizar el turismo como su base económica, o lo que es lo mismo, usar el turismo como medio principal y más fuerte de conseguir beneficio económico. Por lo que las estrategias creadas en ese proceso deben ser novedosas, competitivas y adaptarse a los tiempos actuales. Actualmente, casi todas las ciudades con más importancia del mundo se orientan al turismo y deben competir con el

resto para conseguir atraer a un gran número de turistas. Para ello, deben tener unos objetivos claros, una buena promoción del destino, estrategias de captación de turistas y una serie de ventajas que los diferencien.

En el caso de los destinos del GCPHE ocurre exactamente lo mismo, puede incluso que deban hacer un esfuerzo mayor, ya que muchas de las ciudades comparten un mismo tipo de patrimonio. Esto conlleva tener que buscar más posibilidades de negocio. Podríamos decir que el fin primario ahora mismo sería ``convencer para vender''. Es decir, convencer al turista de que el destino es el mejor, el más atractivo, el más confortable, el más agradable, el que mejor cumplirá sus expectativas y satisfará sus necesidades; consiguiendo así aumentar la demanda del destino.

Es por todo esto por lo que se dijo antes que, tanto territorio como turista, deben complementarse; sabiendo interpretar los datos recogidos de la investigación y estudios sobre ambos, se puede llegar a conseguir una ventaja competitiva importante.

II. Análisis de datos de la demanda en las ciudades del GCPH durante la crisis económica.

Pero hay un problema añadido al tema de la competitividad. Y es de tal envergadura que ha afectado tanto a empresas como a cualquier persona del planeta. Hablamos de la crisis mundial que comenzó en 2008. Y digo problema añadido porque ya es difícil hacerse notar entre otras ciudades con características similares, sino que además debe hacer frente a problemas económicos.

Entonces, la situación en la que nos encontramos es la siguiente: marco económico en recesión, turismo bajo debido a la escasez económica y destinos con características parecidas luchando por atraer a los pocos turistas que se deciden a viajar. Y ahora que, poco a poco la situación ha ido mejorando, la lucha se ha convertido en una guerra por intentar alcanzar el puesto más alto del podio y conseguir así llegar a ser ``el mejor destino''.

Es por todo esto por lo que hemos analizado datos de la demanda en los destinos del GCPHE desde el 2007, año anterior al comienzo de la crisis, hasta ahora. Datos estadísticos de, por ejemplo, entrada de viajeros o pernoctaciones de residentes o

no residentes. Así podremos analizar los problemas que hayan podido surgir durante este período.

Se considera hacer turismo cuando el viajero pernocta al menos una noche en una ciudad que no es su residencia habitual. Si sólo permanece en el destino visitado durante el día, pero no hay registro de pernoctación, se le considera visitante. Por eso lo primero que se ha realizado es un análisis de las pernoctaciones, desde el 2007 hasta el 2013, que es el último año que tenemos datos.

Tabla 1

Evolución de las pernoctaciones en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)

CIUDADES	VARIACIÓN PERNOCTACIONES (%)
ÁVILA	-14,88
CÁCERES	4,40
CÓRDOBA	8,08
CUENCA	-24,56
IBIZA/ EIVISSA	30,37
MÉRIDA	6,06
SALAMANCA	-4,27
SANTIAGO DE COMPOSTELA	-4,59
SEGOVIA	-14,18
TARRAGONA	-3,20
TOLEDO	-0,46
ÚBEDA	-15,15

Fuente: Elaboración propia, a partir de INE.

Para comprobar la variación de pernoctaciones en estos años, se calcula la variación porcentual entre 2013 y 2007 de esta variable en cada una de las ciudades. Una vez hechos los cálculos pertinentes, hemos plasmado los resultados en la Tabla 1.

Dando un ligero repaso a los resultados, se puede observar la heterogeneidad que hay entre ellos. Las diferencias son abismales.

Empezando por los resultados negativos, éstos superan más de la mitad del resto de resultados. La ciudad que tiene la variación más pronunciada es Cuenca, con un -24,56%, seguido de Úbeda (-15,15%), Ávila (-14,88%), Segovia (-14,18%), Santiago de Compostela (-4,59%), Salamanca (-4,27%), Tarragona (-3,20%) y finalmente Toledo (-0,46%).

Lo que tienen en común todas estas ciudades, además de que han sufrido un descenso de las pernoctaciones, es que son ciudades con una gran riqueza patrimonial-cultural. Es decir, que su finalidad es básicamente atraer al turismo cultural.

Lo que resulta curioso es que tres de las cuatro ciudades restantes que tienen resultados positivos, son destinos también culturales. Éstas son Córdoba (8,08%), Mérida (6,06%) y Cáceres (4,40%). La ciudad que ha sufrido la variación más alta y además positiva es Ibiza/ Eivissa (30,37%); y *“según el Observatorio Iberoamericano de Turismo a partir de la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) del Instituto de Estudios Turísticos (IET)”*, esa variación fue gracias a un incremento de un 5% debido al *“aumento del gasto realizado por los visitantes procedentes de países como Alemania, Holanda, Francia y Suiza, entre otros, que en 2013 desembolsaron 873 millones de euros, casi 99 millones de euros más que el año anterior”*, artículo de José Miguel L. Romero; 16.02.2014. Diario de Ibiza.³

Respecto a las demás ciudades, fueron diferentes las causas que favorecieron al aumento de sus pernoctaciones.

Si hablamos del caso de Mérida, su turismo cultural se ha visto muy favorecido. Según dijo Ángel Pelayo Gordillo, Delegado de Cultura, Patrimonio Arqueológico y Museos el 5 de febrero de 2014, publicado en la página web del Ayuntamiento de Mérida: *“2013 ha sido un año de recuperación para el sector del turismo es nuestra ciudad con un claro incremento de visitantes”*⁴. Ese incremento al

³ Romero, J.M. (2014) Fuente: <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2014/02/16/turistas-gastaron-2326-millones-2013/675555.html>

⁴ Ayuntamiento de Mérida, acceso a notas de prensa (2014). Fuente: <http://merida.es/2013-ha-sido-un-año-de-recuperacion-para-el-turismo-en-merida/>

que se refiere Pelayo Gordillo fue un 5% superior al año anterior. Tres fueron los hechos que ayudaron a ese aumento de visitantes:

- El Festival Internacional de Teatro Clásico, en el cual se realizaron 18 representaciones teatrales, repercutiendo pues a que la ocupación hotelera en Mérida llegara al 40%.
- Visitas al Museo Nacional de Arte Romano y visigodo
- Y, sobre todo, y más importante, que la ciudad de Mérida forme parte del GCPHE, haciendo aún más atractiva a esta ciudad e incrementando su demanda; llegando así a colocarse como tercera ciudad con un aumento de pernoctaciones en el destino desde 2007 a 2013.

Un paso por detrás de Mérida se encuentra Cáceres, ocupando la cuarta posición en nuestro ranking de pernoctaciones. Lo que hizo posible este cambio en 2013 fue, y sigue siendo, el turismo cultural y artístico del que dispone Cáceres. Según Sira Rumbo, en El Periódico de Extremadura, sobre unas declaraciones del año 2013 de la alcaldesa: *“Seguimos trabajando para seguir fortaleciendo ese turismo cultural, para ello abriremos la oficina integral para el turismo en el centro de cultura virtual, el palacio de las Cigüeñas o del oratorio San Pedro de Alcántara. Si a esto sumamos la oferta musical de todo el año, eso es un punto añadido, lo que generará más pernoctaciones y más ingresos para Cáceres”*⁵. Pero, además del atractivo artístico-cultural, la gastronomía tiene un papel muy importante ya que es la segunda razón que motiva al turista a visitar Cáceres.

Y, finalmente, tenemos Córdoba, ocupando el segundo puesto. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), Córdoba cerró 2013 como su mejor año para el turismo. Córdoba tiene una media de 1,58 pernoctaciones, media baja ya que los turistas no realizan estancias largas en este destino; pero, gracias al turismo nacional, 2013 fue el año con mayores beneficios.

Se puede comprobar que han sido diferentes los motivos que han provocado estas variaciones tan heterogéneas. Pero, para que haya pernoctaciones, antes debe

⁵Rumbo, S (2014) El Periódico Extremadura. Fuente:
http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/caceres/turistas-gastaron-caceres-mas-50-millones-euros-ano-pasado_784765.html

haber entrada de viajeros en el destino. Por eso, ahora lo que se va a analizar es la entrada de viajeros en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.

Para comenzar, se aplicará la misma fórmula que se utilizó anteriormente con las pernoctaciones para el cálculo de la variación porcentual. Y, tras realizar los cálculos pertinentes, se obtiene la Tabla 2, con los siguientes resultados.

Como podemos observar, los resultados son parecidos a los que recogimos en la tabla de pernoctaciones. Mérida, Córdoba y Eivissa vuelven a ser las ciudades que consiguen resultados positivos, exceptuando Cáceres que en este caso los datos son muy negativos; además se unen Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo. Confirmamos entonces que esos fueron los motivos que provocaron los cambios y variaciones en las pernoctaciones y, ahora también, en la entrada de viajeros.

Tabla 2
Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España (2007-2013)

CIUDADES	VARIACIÓN ENTRADA VIAJEROS (%)
ÁVILA	-9,61
CÁCERES	-30,70
CÓRDOBA	9,27
CUENCA	-20,59
IBIZA/ EIVISSA	32,33
MÉRIDA	13,02
SALAMANCA	6,69
SANTIAGO DE COMPOSTELA	0,61
SEGOVIA	-5,36
TARRAGONA	-1,90
TOLEDO	5,57
ÚBEDA	-16,99

Fuente: Elaboración propia, a partir de INE.

A partir de estos datos se ha creado un **Anexo 1**, en el que se pueden ver los datos de la entrada de viajeros en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

desde 2007 a 2013, las correspondientes gráficas y los datos de la Tabla 2 perfectamente detallados.

Si se analiza Ávila, se observa que su tendencia es de descenso, con una leve recuperación en 2011 y una caída muy brusca de nuevo en 2012; volviendo a ascender al año siguiente. Algo parecido ocurre con Cáceres, la cual sufre una gran bajada en 2008, de un -41,21%, de entrada de viajeros. Este problema se intenta solventar en los próximos años, consiguiendo un leve aumento de entrada de viajeros. Con una entrada de 9,27% de entrada de viajeros, se encuentra la emblemática Córdoba, cuya evolución se ha visto poco afectada, y donde se puede comprobar el aumento a partir de 2013, corroborando lo que el Instituto Nacional de Estadística (INE) dijo sobre esta ciudad en ese año, la cual había conseguido que 2013 fuera su mejor año en cuanto al turismo se refiere.

Respecto a Cuenca, Tarragona y Úbeda, se puede ver que la serie de datos sufre muy poca variación. No hay altibajos muy pronunciados por motivos que no sean la recesión y posterior crisis que sufrieron todos los destinos, recuperándose años después, como se puede ver, a partir de 2013. Este hecho también ocurre con Mérida, con la diferencia de que no hay datos fiables al 100% para el año 2007, por eso al poner los valores a cero, los datos sufren un aumento tan brusco.

Por supuesto, Eivissa también sufre las consecuencias de la crisis, como se puede ver en la correspondiente gráfica. Aunque sigue siendo la ciudad con más entrada de visitantes de todas las Ciudades Patrimonio de España, hecho que se puede comprobar en 2010 cuando se produce una subida de un 48,93% en entradas de viajeros, que, según la redacción del periódico Las Provincias sobre Ibiza: *“Los buenos datos se deben al comportamiento de los turistas extranjeros, que pasaron de realizar 5 millones de estancias hoteleras a 6 millones en un año. Por su parte, las estancias de turistas españoles bajaron ligeramente”*⁶. Por todos es sabido que Ibiza siempre ha sido uno de los destinos favoritos para la gente joven, que busca diversión y fiesta, y es precisamente una de las cosas que ofrece este destino tan demandado; deseado también

⁶Redacción del periódico digital Las Provincias (2011). Fuente:
<http://www.lasprovincias.es/ocio/noticias/escapadas/turismo-ibiza-baleares.html>

por los famosos que se escapan para pasar allí sus vacaciones o escapadas lo que hace que este destino sea aún más apetecible.

El caso de Santiago de Compostela es más llamativo. Se puede observar la subida en forma de cono que se produce en 2010, exactamente de un 25,20%. Esta serie de datos es un tanto curiosa, pues en ninguno de los demás gráficos sucede algo parecido. La causa de esa forma tan extraña en el gráfico y justo en ese año, coincide con el Año Jubilar Jacobeo. Año en el cual esta ciudad de peregrinación disfrutó de una gran cantidad de entrada de visitantes. Según el periódico digital Diario Religión Digital: *“En suma, y a falta de una estimación oficial, se podría cifrar por encima de tres millones setecientas mil personas el número de visitantes que recibió la Catedral compostelana con motivo del Año Santo de 2010”*⁷. También ayudó mucho la visita del Papa Benedicto XVI, ya que muchos religiosos se trasladaron allí para verlo y como consecuencia de ello, subieron las visitas, las pernoctaciones y, el gasto medio de estos flujos turísticos en la ciudad compostelana.

Segovia también presenta una situación parecida a la de Santiago de Compostela, con una subida muy pronunciada en 2011; pero con la diferencia de que en el caso de Segovia el motivo no es de una importancia tan grande como en Santiago, ni tampoco por la visita de un personaje público de tal envergadura como el Papa. El aumento de entrada de visitantes en este año se debe a una buena gestión y promoción del destino y de sus tres monumentos más conocidos: el Acueducto, la Catedral y el Alcázar. Investigando un poco sobre Segovia, el Boletín Informativo del Observatorio Turístico de Segovia de 2013 afirma que el mes de abril fue el mes con mayor número de visitantes debido a que la fecha coincidió con la Semana Santa, la cual atrae a muchos visitantes amantes de las estaciones de penitencia.

Como se ha podido observar, gracias a los datos de entradas de viajeros entre 2007 y 2013, representadas en las gráficas, los motivos de esos vaivenes son muy diversos.

⁷Periódico digital Diario Religión Digital .(2011)

Fuente: <http://www.periodistadigital.com/religion/turismo/2011/02/02/religion-iglesia-turismo-alhambra-catedral-santiago-compostela.shtml>

A continuación, se analizarán los datos de las entradas de viajeros por meses, escogiendo como referencia los años 2007 y 2013. Así como la estancia media de las Ciudades Patrimonio en ambos años. De esta manera se puede ver en qué meses del año se concentra la mayor cantidad de flujos turísticos en los diferentes destinos del GCPHE, si se produce estacionalidad u algún otro problema y, finalmente, cómo se podrían resolver. Toda esta información está disponible en el **Anexo 2.1 y Anexo 2.**

Para comenzar, se han señalado en amarillo los resultados más altos de los años 2007 y 2013 de cada Ciudad Patrimonio. Se puede observar la nube amarilla concentrada en los meses de verano, es decir, junio, julio y agosto y más en concreto en éste último. Hay también algunos datos que están un poco más dispersos y que llegan hasta marzo.

III. Análisis de los resultados obtenidos sobre la demanda de las ciudades del GCPH durante la crisis económica.

La conclusión que se saca a partir de estos resultados es que hay una gran estacionalidad concentrada en estos meses. El Plan Estratégico contra la Estacionalidad de la Junta de Andalucía (2013:4) define la estacionalidad en el contexto del turismo como los *“flujos o corrientes turísticas que tienden a concentrarse en torno a determinadas épocas del año, repitiéndose este proceso anualmente”*. Pero lo que realmente provoca este desajuste son los factores naturales como el tiempo, el clima, el medio natural; o los factores institucionales como las vacaciones, festividades, escapadas escolares, etc. Ya que la estacionalidad va creciendo a partir de estos factores, por los cuales se concentran los flujos turísticos en dichos meses.

Lo que más preocupa de la estacionalidad son sus consecuencias negativas. Varias son dichas consecuencias negativas:

1. La primera de todas y la que más preocupa son las consecuencias económicas. Al concentrarse los flujos turísticos en tan sólo meses puntuales del año, el resto de sufre pérdidas económicas, es decir, que no hay un ingreso económico homogéneo durante todo el año.
2. Otra consecuencia que afecta de lleno a la población es la inestabilidad laboral. Que se produzca un aumento de los puestos de trabajo en la estación estival es un aspecto muy positivo, pero, al acabar la temporada, muchos de esos empleos

vuelven a desaparecer, provocando despidos y una gran inseguridad para los trabajadores.

3. Desculturación: sucede cuando un destino decide adaptarse a las costumbres de los visitantes o turistas para que se sientan cómodos y vuelvan a repetir la experiencia en el mismo sitio; dejando de lado la cultura propia de la zona y perdiendo así su personalidad. Esto es un hecho que sucede en gran parte de los destinos más demandados de España. Ejemplo de ello, cualquier ciudad de la Costa del Sol o de la costa valenciana.

4. Respecto al medio ambiente, también se ve perjudicado. El hecho de que el mayor número de visitas sea en un mismo período de tiempo y de forma muy intensa, provoca que el medio natural y los recursos se exploten y se agoten.

5. Finalmente, y no por ello menos importante, la masificación del destino. Cuando un destino se masifica demasiado, para muchos de los turistas o visitantes llega a perder el encanto que les atrajo la primera vez.

Muchas de las ciudades que se han masificado han pasado a convertirse en destinos donde triunfa el turismo de borrachera; haciendo que la imagen de éstas se vea perjudicada y llegando a perder otros tipos de turistas, como por ejemplo los del segmento familiar, los cuales son los que realmente hacen más gasto en el destino. Aunque este no es el caso de las Ciudades Patrimonio Humanidad de España, ya que ninguna de ellas son conocidas por este tipo de turismo, sobre todo porque no tienen costa y no son destinos muy propicios para el turismo de borrachera. Sí podría serlo Ibiza, pero el nivel de vida de Ibiza es demasiado caro para este tipo de turismo y, aunque sea un destino elegido para ir de fiesta, son fiestas que tienen un nivel que, por ejemplo, no tienen otros tipos de ciudades con costa.

Como se puede ver, la estacionalidad es un problema muy complejo que resulta casi imposible resolver; aunque lo que sí es posible es hacerle frente mediante algunas estrategias, para seguir adelante y sufrir en menor medida alguna de las consecuencias anteriores.

Para eliminar la estacionalidad lo que habría que hacer sería intentar descongestionar la entrada de turistas en dichos meses, en este caso en los meses de verano. La creación de mini-vacaciones o escapadas durante los demás meses puede ayudar que la balanza se iguale un poco. Quizás, si se viaja a esos mismos destinos

pero en otras épocas del año, el turista se sorprenda de la cantidad de cosas que aún le queda por ver y descubrir y que, probablemente con tanta ocupación le hubiera sido imposible averiguar. Así, la próxima vez, antes de viajar, se platee la fecha en la que ir.

Pero, para que esto suceda, el destino debe de llevar a cabo una campaña de promoción de otros productos menos estacionales. Mostrar cuánto más puede dar de sí el destino y captar a ese flujo turístico que se sienta atraído por esos nuevos productos. Es muy probable que, si se hace un buen estudio de mercado, se barajan todas las posibilidades, se haga una inversión en publicidad y promoción, etc; el destino pueda eliminar, en cierto modo, y poco a poco, esa estacionalidad.

5. ANALISIS DE LA OFERTA EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA

I. Estrategias de oferta para eliminar la estacionalidad

En el apartado anterior se consideraron aspectos relativos a la demanda turística del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España. Datos referentes al número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros, de pernoctaciones o de estancias media en los hoteles. Se pudo comprobar la evolución de los destinos en el período comprendido entre 2007 y 2013, intentando descubrir en qué nivel la recesión y crisis económica ha afectado a cada una de ellas; buscar las causas y las posibles soluciones. Además de analizar la estacionalidad y, de cierto modo, cómo poder acabar con ella.

En este apartado, sin embargo, se va a analizar la otra parte de la teoría económica, es decir, la oferta turística en las Ciudades Patrimonio y en el mismo período que en el apartado anterior. La oferta turística es creada por las empresas que producen el producto turístico. Según Pulido (2012:65): *De forma que, una vez identificado el producto turístico, se puede identificar tanto a la demanda turística- personas, tanto físicas como jurídicas, que compran y consumen este producto- como a la oferta turística- empresas que producen el producto turístico.*

Obviamente, en el mismo caso que en la demanda, aquí el producto o productos son los distintos destinos del grupo que se ponen a la venta, ofreciendo diversos servicios con precios diferentes, dependiendo de diferentes condicionantes, como por ejemplo, las temporadas, posibles eventos y, sobre todo, de la demanda. Por esto, los precios pueden variar.

Vamos a ampliar un poco este tema, pero continuando con la línea de la estacionalidad analizada en el apartado anterior. Así se puede hablar de otras posibles soluciones para acabar con ella o, en menor medida, hacerla llevadera.

Refrescando un poco el tema de la estacionalidad respecto a la demanda turística de las Ciudades Patrimonio, se señaló que se trataba de un hecho que sucedía cuando se acumulaba un gran flujo de turistas en un mismo período de tiempo; que tenía impactos negativos sobre el turismo del destino como por ejemplo pérdidas económicas el resto del año, inestabilidad laboral, pérdida de identidad de la población residente por el hecho de tener que adaptarse a los turistas, impactos sobre el medio natural y finalmente masificación de la zona o mala imagen.

Respecto al problema laboral, los datos disponibles permiten comprobar dicha inestabilidad, dependiendo de los meses y del destino. Para simplificar un poco, se ha vuelto a seleccionar los datos disponibles sobre personal ocupado entre el año 2007 y 2013 y se ha recogido en una tabla en el **Anexo 3**.

Se han identificado en color amarillo los datos más altos de cada año y ciudad para poder captar de un solo vistazo las impresiones de los resultados. Se produce una nube de datos muy dispersa. Los meses de verano entre junio, julio y agosto siguen siendo los que predominan, ya que es en ésta estación estival cuando suele haber más movimiento de flujos turísticos y, por tanto, la creación de más puestos de trabajo. Pero es curioso ver que, en muchas zonas, los datos más altos se encuentran en los meses de invierno o primavera. Esto sucede debido a que muchos destinos, al no ser de sol y playa, son ciudades donde las temperaturas son muy altas en verano por lo que hacer turismo en esas fechas suele ser poco atractivo. Por tanto, los turistas deciden ir en otra época del año, en la que las temperaturas sean más suaves y esto les permita disfrutar mucho más de su estancia y de su viaje.

La creación de mini-vacaciones o la búsqueda de nuevos flujos turísticos, fueron otras de las soluciones que se propusieron para combatir dichos impactos negativos en el apartado anterior.

En este caso, vamos a buscar otras alternativas para hacer frente a esos aspectos negativos, aunque, en esta ocasión, desde el punto de vista de la oferta; es decir, qué y cómo pueden cambiar las Ciudades Patrimonio o qué estrategias se pueden crear para cambiar la oferta turística de estos destinos. Algunas de las estrategias podrían ser:

- La diversificación: es una estrategia que es muy usada por las empresas que quieren realizar cambios en sus productos y conseguir aumentar sus beneficios. Consiste en ofrecer productos nuevos, entrando en nuevos mercados. En el caso del nuevo mercado, sería la captación de nuevos turistas que se refirió en otra de las estrategias de la demanda y en cuanto al ofrecer productos nuevos, es decir, a ofrecer las Ciudades Patrimonio de otra forma, siguiendo otra línea de actuación. Si cambian los productos o servicios que ofrecen dichos destinos, se conseguirá la diversificación perfecta, pues se aunarán las expectativas de un nuevo mercado con nuevos flujos de turistas con los nuevos servicios que cumplirán con éxito dichas expectativas.

Esto es un hecho que ya muchas de las ciudades del grupo están llevando a la práctica. Por ejemplo, aprovechando la fuerza del turismo de negocios, congresos y reuniones, se han creado recintos feriales, salas de hoteles que se ponen en marcha para acoger a todo tipo de eventos, etc. Algunas de esas ciudades son Córdoba, Salamanca, Santiago de Compostela o Toledo entre las más destacadas.

Y todo esto lleva a la segunda de las estrategias:

- Una buena promoción y publicidad del destino. Gracias al gran tesoro artístico y patrimonial del que disfrutaban las Ciudades Patrimonio, y debido al tipo de turismo que movilizan, es de suma importancia que sean capaces de llevar a cabo una muy buena oferta cultural a través de una perfecta promoción y publicidad. Darse a conocer entre los fanáticos del saber, ansiosos de descubrir lugares nuevos y emblemáticos y las historias que los envuelven.

Es por esto por lo que las ciudades del GCPHE colaboran con Turespaña,⁸ que es el organismo nacional de Turismo responsable del marketing de España en el mundo y de crear valor para su sector turístico impulsando la sostenibilidad económica, social y medio ambiental de los destinos nacionales. El fin de dicha organización es crear estrategias para el turismo en España dirigiendo tanto al sector público como el privado. Además es la creadora de la famosa Marca Turística España, la cual muestra la imagen de nuestro país a los turistas, medios de comunicación y al mundo entero.

Si las Ciudades Patrimonio colaboran con Turespaña, es muy probable que consigan ser más conocidas y convertirse así en destinos más atractivos. Una buena imagen del destino es primordial y, el primer paso para llegar a convertirse en el destino ideal para visitar. Gracias también a esta organización, estos destinos han conseguido promocionarse en todas partes del mundo, entrado de lleno en el mercado internacional.

Y se puede comprobar que España tiene capacidad para competir por el turismo cultural de forma internacional; ya que tan sólo hay que consultar las principales estadísticas de turismo para ver que la mayoría de los turistas o visitantes que rodean y fotografían los principales monumentos y patrimonio de nuestras ciudades son de nacionalidad extranjera; como los japoneses o chinos, tan característicos por ir capturando con sus cámaras hasta los más pequeños detalles; detalles que nosotros casi ni apreciamos, pero que ellos quieren recordar el resto de sus vidas.

Además, hoy en día, que vivimos en la edad de las tecnologías, debemos saber cómo sacarle partido. Una buena página web bien gestionada, accesible, fácil de usar y con la posibilidad de poder traducirla a varios idiomas, asegura casi al 100% que el turista muestre interés en visitar esos destinos. Si a eso se le suma que, tras esa visita a la página web o al destino ya en concreto, es probable que se desencadene un boca- oreja, seguro que ayudará a que aumenten las visitas, pernoctaciones, personal contratado y todo lo que conlleva la entrada de flujos turísticos. No se debe olvidar que las aplicaciones para móviles y las redes sociales,

⁸ Se puede comprobar esta y más información relacionada. Fuente: <http://www.tourspain.es/es-es/marketing/MarcaTuristicaEspana/Paginas/default.aspx>

también están a la orden del día y es un adelanto muy importante para el turismo ya que gracias a ellas, es posible conseguir entradas electrónicas para museos, descuentos y promociones, sugerencias, puntos de interés, guía de restaurantes y hoteles con opiniones, galería de fotos, foros y muchas más ventajas.

En el caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, también se han puesto al día y utilizan estos medios para darse a conocer, sobre todo, entre los jóvenes que son quienes más usan este tipo de tecnologías; así, se podría llamar la atención de otro tipo de turista, dejando de lado al perfil arquetípico atraído por este sector del turismo. Ejemplo de ello son las cuentas que poseen en las siguientes redes sociales:

- Twitter: @GrupoCPHE Ciudades Patrimonio⁹
- Instagram: @grupocphe Ciudades Patrimonio de España¹⁰

Por todo esto, es muy importante que la promoción de las ciudades del GCPHE sea dirigida y coordinada correctamente, con el fin de lograr y alcanzar los objetivos propuestos y superarse día a día para conseguir ser lo más competitivos posible y demostrar a los demás que hasta el detalle más simple es lo que hace de nuestro país que sea especial.

El turismo no sólo se compone de paisajes, ciudades, aldeas, monumentos, museos o cosas que visitar; el turismo lo componen muchos agentes tanto externos como internos y que según como se comporten cada uno de ellos, su actuación puede repercutir en el turismo. En el caso del turismo cultural centrado en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, se podría decir que actúan los siguientes componentes, que aunque sean heterogéneos, se complementan y se necesitan unos a otros:

- Productos o servicios. En este caso hablamos de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y todo lo que engloban (alojamiento, transporte, actividades y servicios, etc.).
- Segmentos de mercado a los que va dirigido el producto, es decir, los turistas o flujo de turistas.

⁹<https://twitter.com/grupocphe>

¹⁰<https://instagram.com/grupocphe/>

- Empresas que hacen de canal de distribución y venta del producto, como agencias de viajes o tour operadores, por ejemplo.

Se produce entonces lo que se conoce como sinergia, es decir, un fenómeno en el que varias fuerzas se juntan para alcanzar los objetivos que por separado sería más difícil de lograr, llegando así a conseguir más de lo esperado. Estas tres importantes fuerzas se deben de unir para conseguir realizar una oferta importante frente a las demás. Cada Ciudad Patrimonio debe llevar a cabo una línea de actuación diferente, sabiendo sus puntos fuertes y débiles, aprovechando sus fortalezas y escondiendo sus debilidades, uniendo cada uno de los componentes de este sistema económico para lograr atraer a una gran cantidad de turistas. Además de todo esto, deben intentar combatir su propia estacionalidad, haciendo frente a todo lo que esto conlleva y buscar sus propias estrategias a partir de un estudio de mercado comparando las expectativas de los turistas y de las capacidades y oportunidades de negocio que tenga cada una.

Un método fácil y eficaz de conseguir atraer turismo es mediante el IMSERSO¹¹. El IMSERSO es una entidad en la que entre algunos de sus servicios sociales está incluido el de las vacaciones de las personas mayores o con discapacidad. Este tipo de turismo deja una gran cantidad de ingresos en los destinos y ayuda mucho a la estacionalidad, debido a que la mayoría de sus viajes organizados se realizan en temporada baja, sus viajes son de mucha duración y ocupan muchas plazas en los hoteles. Por experiencia propia de mi trabajo en la agencia de viajes, la inscripción en el IMSERSO ha sido en estos meses pasados uno de los servicios más solicitados. Aunque es cierto que la mayoría de los pertenecientes a esta organización piden como principal destino la costa peninsular o insular, muchos son ya los que se han ido interesando por el turismo interior, en el cual nuestras Ciudades Patrimonio son destinos fijos de esta opción.

La crisis mundial ha afectado a todos los sectores de la economía, repercutiendo negativamente sobre ellos y el turismo no ha sido menos. La gente al tener una renta menor ha dejado el turismo en un segundo plano y muchos de ellos directamente ni se lo han podido plantear una escapada. Poder viajar es uno de los

¹¹ En este caso, se ha querido explicar la situación desde un punto de vista personal y según la experiencia de la autora de este Trabajo Fin de Grado.

placeres que puede tener cualquier persona; por eso, una buena estrategia sería ofertar escapadas o mini-vacaciones lowcost, es decir, viajes estándar de bajo coste para rentas bajas.

Junto a este tipo de turismo, fomentar el turismo juvenil sería otra buena opción. Las ciudades del GCPHE tienen mucho que ofrecer, una gran variedad de actividades para todos las edades; como por ejemplo, el 2º Concurso de Fotografía que se celebrará en las Ciudades Patrimonio, en el cual jóvenes de entre 10 y 16 años deben de hacer una serie de fotografías plasmando lo que para ellos ha sido el motivo de declaración de Patrimonio Mundial.

Todas estas opciones, son un punto positivo para eliminar la estacionalidad pues ayudaría a eliminar la congestión de flujos turísticos, a la creación de puestos de trabajo estables durante todo el año, simplificar pérdidas económicas, evitar la masificación del destino, etc.

6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS (a modo de valoración personal).

Este Trabajo Fin de Grado ha sido muy interesante de realizar. La búsqueda de datos, tablas e información ha sido muy costosa pero ha merecido la pena para darse cuenta de que realmente el turismo no es una actividad económica sencilla, como realmente creemos.

Como ya expliqué en los apartados anteriores, en el turismo actúan diferentes componentes y para que todo fluya y vaya bien debe de haber compenetración y coordinación entre todos ellos y eso, aunque ya lo sabía de antemano, ahora he podido comprobarlo con datos reales.

La búsqueda de información e investigación sobre las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, ha hecho darme cuenta de la importancia y la riqueza patrimonial que tenemos en nuestro país; de lo poco que se dan a conocer internacionalmente y la baja promoción del territorio. Es por eso por lo que creo que en muchas de estas ciudades se deberían llevar a cabo una serie de cambios en la dirección de marketing; como, por ejemplo, incluir a personal más joven en su personal. Los jóvenes de ahora están más preparados, saben lo que llama más la

atención, tienen claras sus necesidades y cómo alcanzar sus expectativas, pero sobre todo, entiendes mucho más sobre las tecnologías y eso ayuda mucho a la hora de darse a conocer o de poder llevar a cabo esa estrategia casi perfecta de promoción y publicidad del territorio.

Además de todo esto, he podido comprobar los grandes cambios de la actividad turística durante la crisis económica de España. Las variaciones en las pernoctaciones, estancias media o la cantidad de viajeros en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España y la posterior búsqueda de problemas y soluciones a estos cambios.

Este Trabajo de Fin de Grado ha conseguido darme algunas ideas que se podría llevar a cabo en un futuro sobre las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, para que todo el mundo pueda conocer el exquisito patrimonio de España y conseguir, siempre de forma responsable, aumentar los ingresos de la actividad turística en estos territorios.

BIBLIOGRAFIA

Castillo, S.(2014). *``Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Ministerio de Industria, energía y Turismo``*. 2ª edición. A&M Gráficas.

Estudios de productos de turismo cultural. (2011). *``Turismo Cultural de Turistas Extranjeros``*. ©Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña). Madrid.

Fernández Zamora, A. (2006) *``Turismo y Patrimonio Cultura. Diseño de un modelo: San Andrés de Jaén y su entorno urbano``*. Universidad de Jaén. pp 29-122.

Junta de Andalucía. (2013) *``Plan Estratégico contra la Estacionalidad Turística``*.pp 4,5,15,18 y 19.

Mañueco, M. (2009) *``Descubre las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España``*.@Turespaña. Impresión A&M Gráficas. Ávila

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2009). *`` ¿Qué es la UNESCO? ¿Qué hace?``*. Ediciones UNESCO, París. Fuente: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147330s.pdf>

Pulido, J.I (2012). `` *Política Económica del Turismo* ``. pp 64,65. Ediciones Pirámide.

Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2014) `` *Anuario de Estadísticas Anuales* ``. Fuente: `` *Catálogo de publicaciones del Ministerio* ``: <http://www.mecd.gob.es/portada-mecd/>

Tratado Internacional aprobado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (1972). `` *Convención de Patrimonio Mundial, Cultural y Natural* ``. París.

Troitiño, M.A; de la Calle Vaquero, V; García Hernández, M. (2008). `` *Informe Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España* ``. Universidad Complutense de Madrid y a distancia.

WEBGRAFIA

<http://www.unesco.org/new/es/unesco/about-us/who-we-are/history/>

<http://portal.unesco.org/es/ev.php->

[URL_ID=22249&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=22249&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio_de_la_Humanidad#Historia_y_desarrollo

<http://www.tipos.co/tipos-de-patrimonio/>

http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_las_Ciudades_del_Patrimonio_Mundial

<http://www.ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/index.php>

<http://www.spain.info/es/informacion-practica/sobre-espana/>

<http://www.cordoba.es/la-ciudad/noticias/noticias-destacadas/2-concurso-juvenil-de-fotografia-de-las-ciudades-patrimonio-mundial>

<http://www.turismodesegovia.com/es/noticias/noticias-actuales/237-institucionales/1598-2o-concurso-juvenil-de-fotografia-de-las-ciudades-patrimonio-mundial>

ANEXO 1**Tabla 1.**

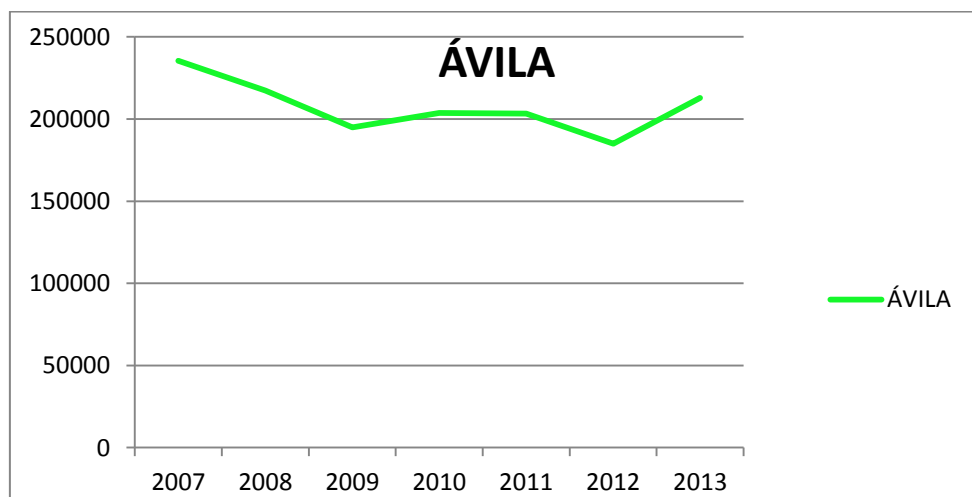
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España
(2007-2013)

CIUDADES	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ÁVILA	235470	217359	194963	203625	203230	184957	212831
CÁCERES	342243	201187	206973	215490	233053	223071	237169
CÓRDOBA	754130	706112	661147	697139	791634	813857	824098
CUENCA	222182	203849	188093	197584	196179	179893	176427
IBIZA/EIVISSA	270853	271723	249165	343880	371099	353291	358425
MÉRIDA		173569	180015	172911	186818	191059	196176
SALAMANCA	576889	590590	571931	584768	597588	583981	615533
SANTIAGO DE COMPOSTELA	573036	542594	562384	704108	544311	539551	576534
SEGOVIA	219806	210930	209560	207475	216056	208845	208014
TARRAGONA	201564	186041	158192	163455	180293	181138	197724
TOLEDO	465418	448007	441644	460795	462063	468633	491362
ÚBEDA	79843	65193	63939	61672	60717	57654	66275

Fuente: Elaboración propia, a partir de INE

Gráfico 1

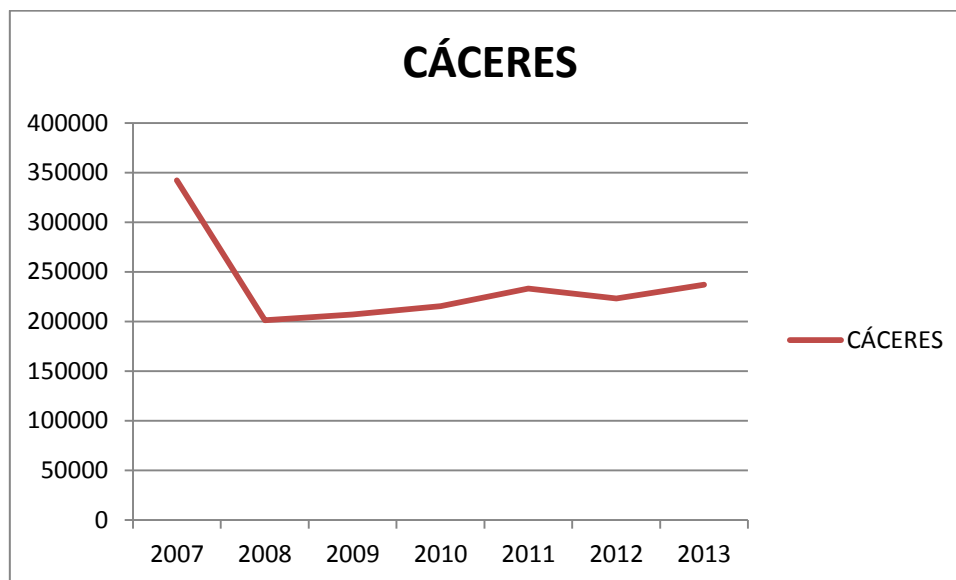
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 2

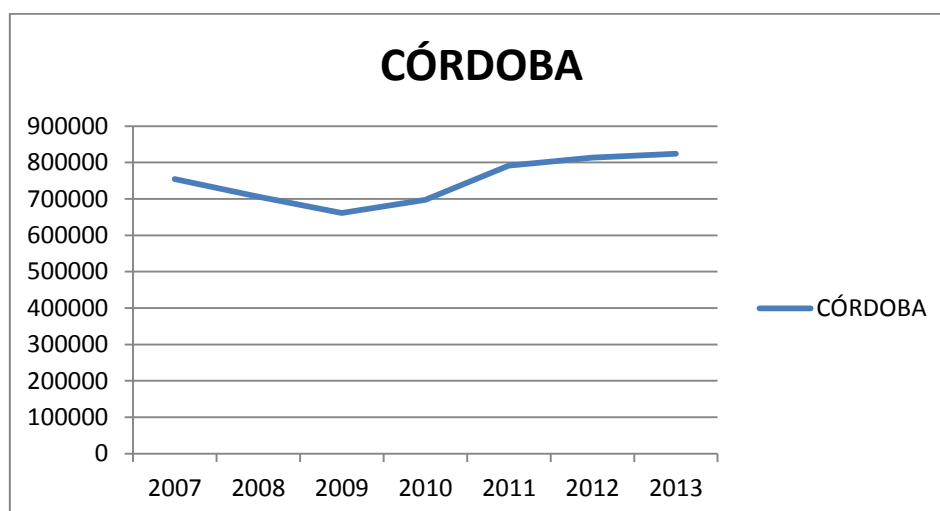
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 3

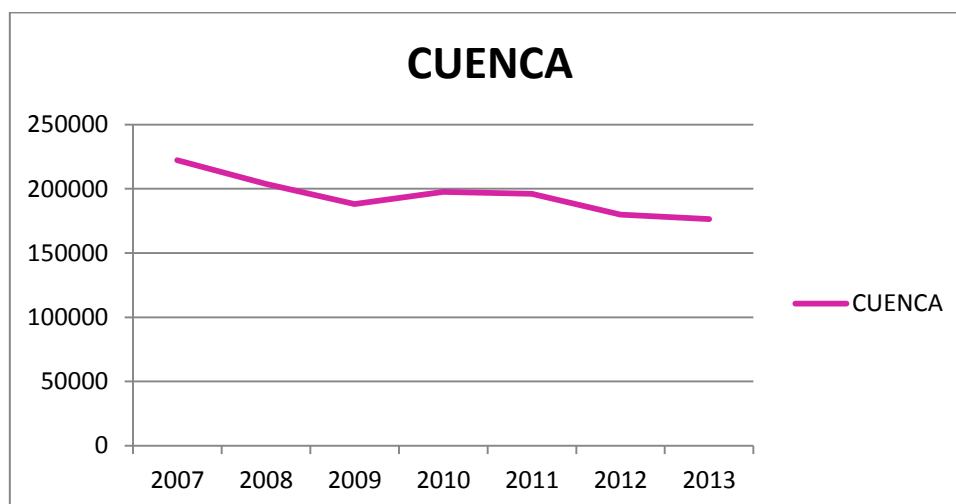
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 4

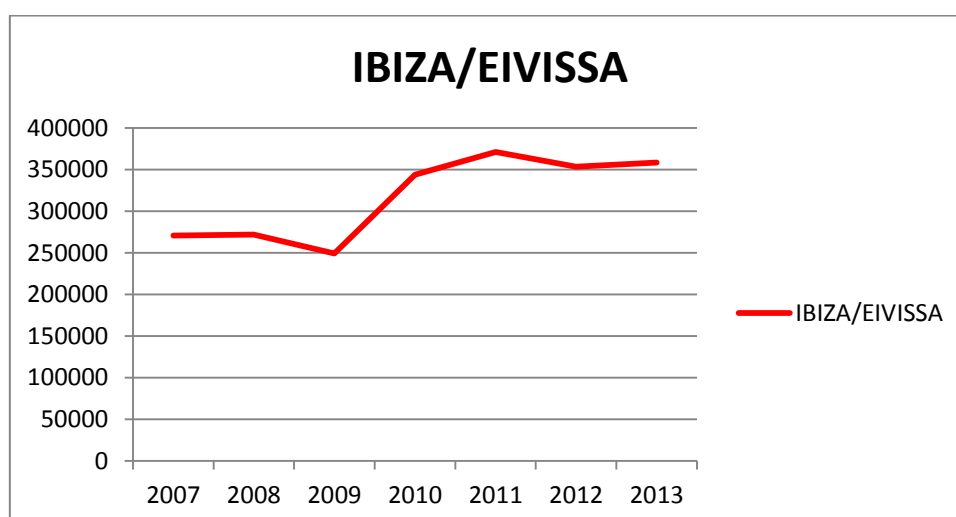
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 5

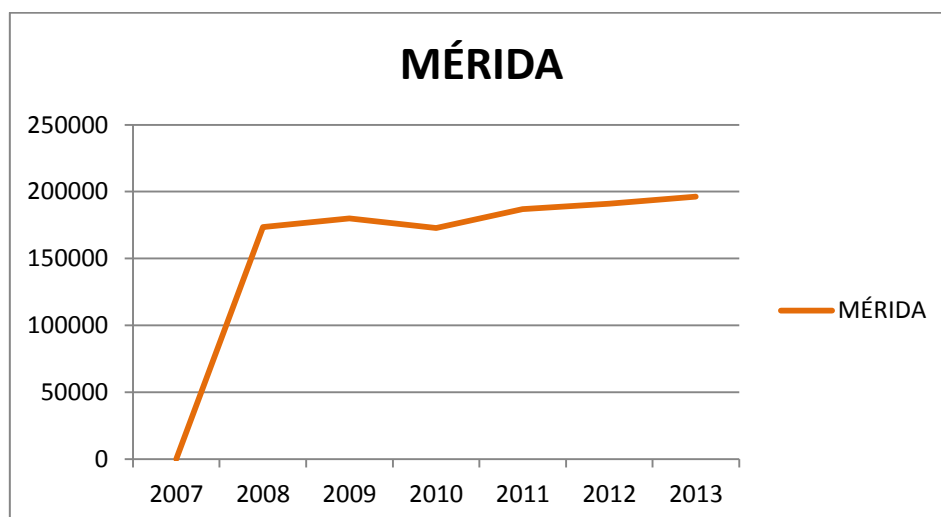
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 6

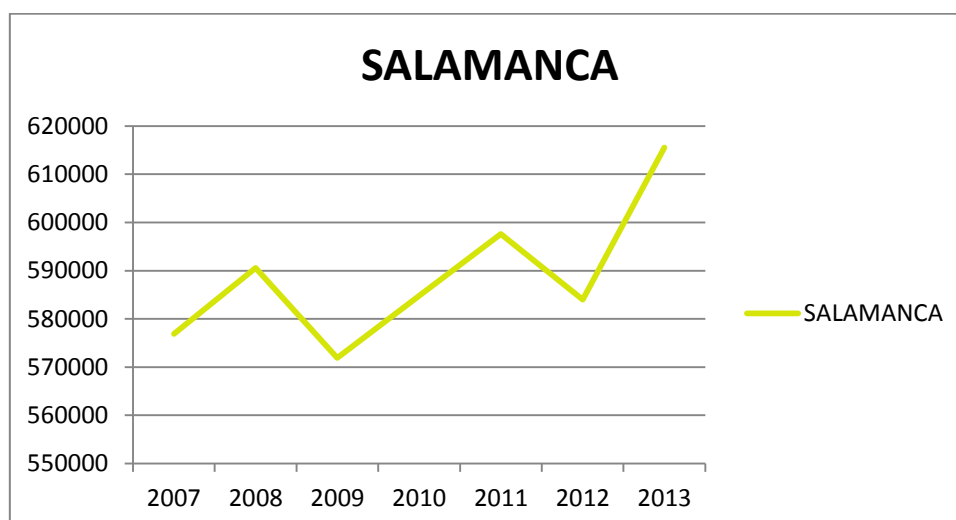
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 7

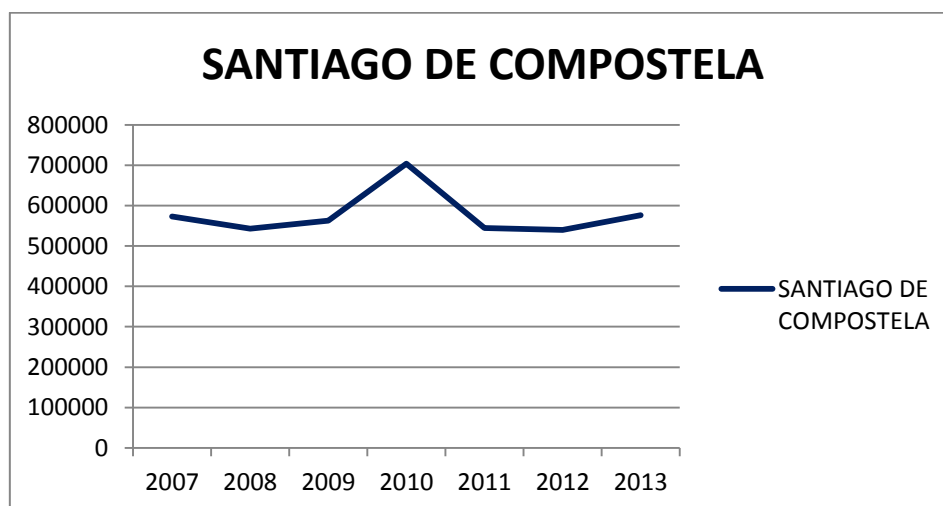
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 8

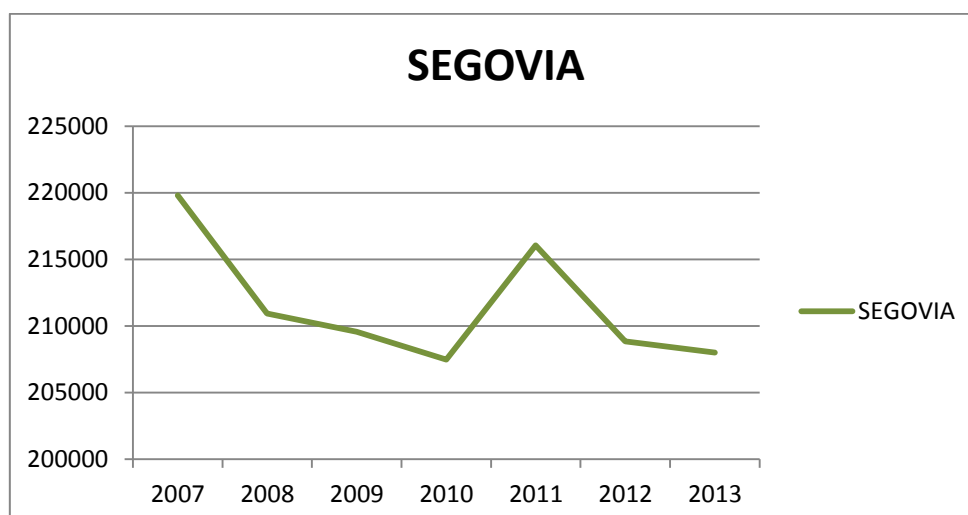
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 9

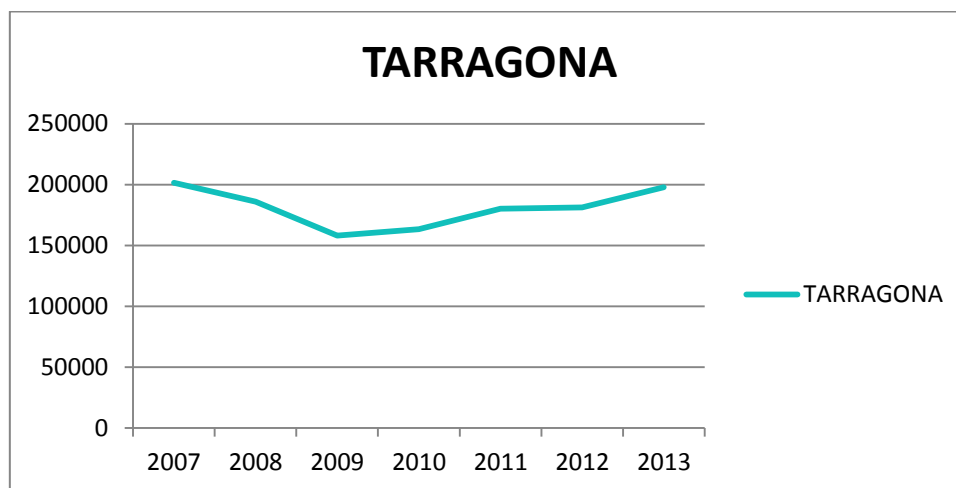
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 10

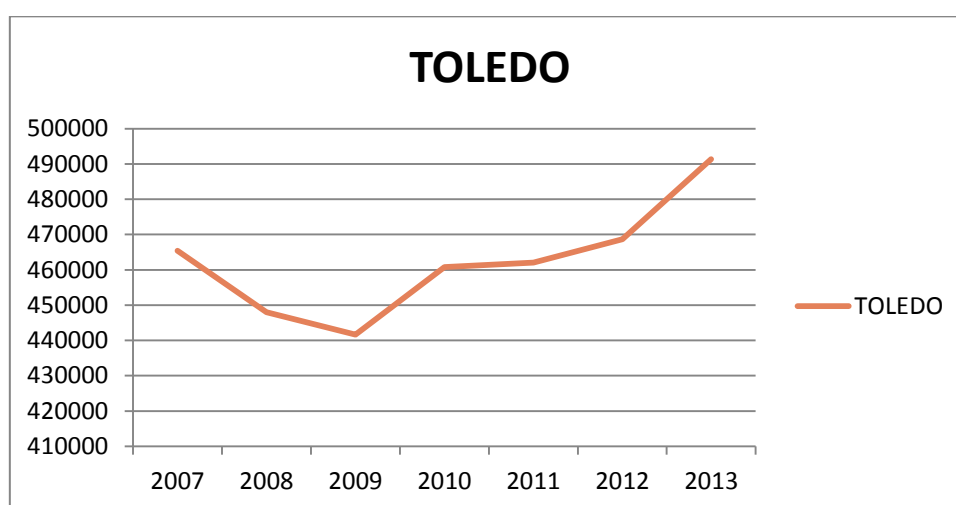
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España(2007-2013)



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

Gráfico 11

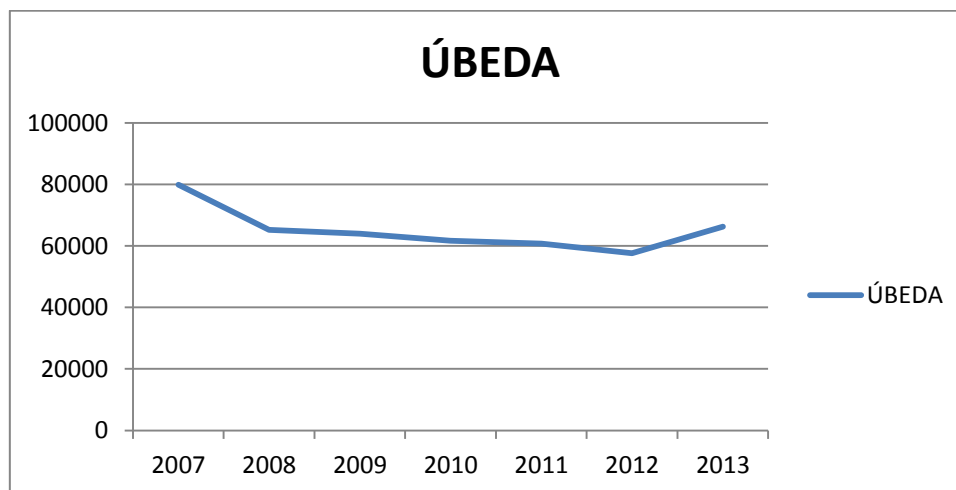
Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

Gráfico 12

Evolución viajeros entrados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007-2013)



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

ANEXO 2.1 ESTANCIA MEDIA

Tabla 1
Evolución estancia media en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007 y 2013)

CIUDADES	ESTANCIA MEDIA
Ávila 2007	1,6
Ávila 2013	1,5
Cáceres 2007	1,6
Cáceres 2013	1,51
Córdoba 2007	1,58
Córdoba 2003	1,57
Cuenca 2007	1,65
Cuenca 2013	1,57
Eivissa 2007	4,39
Eivissa 2013	4,33
Mérida 2013	1,49
Salamanca 2007	1,73
Salamanca 2013	1,55
Santiago de Compostela 2007	2,01
Santiago de Compostela 2013	1,91
Segovia 2007	1,57
Segovia 2013	1,43
Tarragona 2007	1,85
Tarragona 2013	1,83
Toledo 2007	1,59
Toledo 2013	1,5
Úbeda 2007	1,53
Úbeda 2013	1,53

Fuente: Elaboración propia, a partir de INE. Encuesta de Ocupación Hotelera.

ANEXO 2. VIAJEROS ENTRADOS POR PUNTOS TURÍSTICOS Y MESES.

Tabla 1. Evolución de viajeros en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007 y 2013)

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ávila 2007	235470	11195	15405	17885	21661	18969	20214	22775	27220	26480	22934	17281	13451
Ávila 2013	212831	7762	10974	21859	21125	17997	19864	18213	23654	20948	21338	15045	14053
Cáceres 2007	342243	16991	21658	27116	39505	33231	26584	24041	34708	35539	32836	27447	22586
Cáceres 2013	237169	9622	13161	19880	21786	24741	20480	21235	27503	22425	20241	20539	15556
Córdoba 2007	754130	38507	44381	68968	76932	79187	67657	53989	69000	73917	73888	56985	50719
Córdoba 2003	824098	43850	52777	72397	79781	98515	72857	59272	66624	81114	78509	62177	56225
Cuenca 2007	222182	10757	14166	18997	22020	17573	19411	19019	24358	21788	20765	17790	15537
Cuenca 2013	176427	8412	10853	16468	15005	17242	16643	15779	20410	16728	16417	11806	10664
Eivissa 2007	270853	..	..	..	19163	27480	40146	50114	52523	40102	13303	..	..
07026 Eivissa	358425	..	..	..	13589	45208	60938	70711	68166	54076	23237	..	..
Mérida 2013	196176	7535	10446	15528	14810	18172	16247	22130	29471	18644	19513	11099	12580
Salamanca 2007	576889	26164	37466	44172	51335	49435	51468	49021	67358	60620	57032	44907	37911
Salamanca 2013	615533	26110	31951	49258	50478	59705	54071	58956	80823	66342	55725	42619	39496
Santiago de Compostela 2007	573036	21626	24088	29874	47969	53836	55398	65402	81753	67645	59831	37847	27766
Santiago de Compostela 2013	576534	21044	20779	34340	38932	63727	63494	66320	87655	70537	57156	30123	22426
Segovia 2007	219806	12352	14709	15610	20520	18964	19143	20865	24399	21971	20748	15111	15414
Segovia 2013	208014	9375	11290	18011	14046	19114	19422	20242	27049	20145	19491	15404	14424
Tarragona 2007	201564	10859	11803	12082	17477	16175	18914	23129	25778	21440	16945	14943	12022
Tarragona 2013	197724	8775	11193	15710	11933	15422	19034	24846	31133	18782	15244	12805	12847
Toledo 2007	465418	23824	29422	35513	49875	38736	40217	35001	50661	48420	45787	36870	31091
Toledo 2013	491362	25939	31258	39234	37437	46521	44299	40477	53074	49685	49324	37892	36222
Úbeda 2007	79843	4608	5520	..	7340	7852	6557	..	..	8372	8200	7664	5005
Úbeda 2013	66275	3423	3995	5299	5547	7285	6051	5431	5815	6986	6868	5243	4331

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

ANEXO 3. PERSONAL OCUPADO POR PUNTOS TURÍSTICOS Y MESES.

Tabla 1.
Evolución personal ocupado en Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (2007 y 2013)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ávila 2007	357	369	368	382	377	386	388	379	377	377	380	406
Ávila 2013	346	352	360	360	363	371	378	368	384	375	382	377
Cáceres 2007	335	342	323	362	374	366	358	381	377	386	368	402
Cáceres 2013	324	317	301	296	303	309	290	288	293	300	312	315
Córdoba 2007	747	760	783	819	843	800	782	804	826	834	802	787
Córdoba 2013	786	778	820	842	863	822	770	743	806	815	809	792
Cuenca 2007	215	239	254	275	252	270	279	274	267	280	245	253
Cuenca 2013	199	196	219	224	222	221	231	240	232	224	214	197
Eivissa 2007	..	..	..	359	765	968	1282	1122	1093	476	..	..
Eivissa 2013	..	..	..	395	1352	1598	1786	1805	1756	760	..	..
Salamanca 2007	782	797	812	809	813	816	788	799	808	808	804	771
Salamanca 2013	592	587	588	586	621	609	620	602	589	614	596	567
Santiago de Compostela 2007	920	934	1022	1047	1049	1056	1131	1157	1157	1107	1063	1007
Santiago de Compostela 2013	750	766	847	861	924	928	989	1025	1024	976	849	793
Segovia 2007	372	384	383	384	392	389	391	380	364	395	409	415
Segovia 2013	284	277	278	273	276	280	280	280	256	274	269	267
Tarragona 2007	234	262	255	278	290	295	307	307	302	284	260	250
Tarragona 2013	201	216	218	222	232	249	269	272	248	237	212	187
Toledo 2007	776	767	803	824	798	799	804	815	826	812	811	791
Toledo 2013	466	471	473	486	496	497	452	464	470	477	497	454
Úbeda 2007	103	105	..	113	113	111	..	..	110	109	111	114
Úbeda 2013	123	114	120	124	126	121	106	106	121	121	116	113

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