



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Trabajo Fin de Grado

Análisis y evolución del turismo en España

Alumno/a: **Alfonso López Pérez**

Tutor/a: Prof. D. José Menor Toribio
Dpto.: Antropología, Geografía e Historia

Septiembre, 2018

ÍNDICE.

	PÁG.
Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
1. Introducción. Planteamiento de la temática.....	4
1.1. Objetivos, metodología y fuentes.....	6
2. Teoría del turismo.....	7
2.1. Definiciones de turismo.....	10
3. Historia del turismo en España.....	11
3.1. Inicios del turismo en España.....	11
3.2. Evolución del turismo español.....	12
3.3. Evolución cronológica del turismo español.....	13
4. España como destino turístico.....	24
4.1. ¿Por qué crece el turismo en España?.....	25
4.2. Tipologías de turismo en España.....	26
4.3. Principales destinos españoles.....	31
4.4. Análisis DAFO.....	35
5. Política turística de España.....	39
5.1. Competencias de las distintas administraciones.....	39
5.2. Organización administrativa del turismo español (Fases).....	40
5.3. Planes de turismo.....	43
6. Oferta y demanda turística en España.....	48
6.1. La demanda turística en España.....	48
6.2. La oferta turística en España.....	60
7. Conclusiones.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	68

RESUMEN.

En este trabajo se realizará un análisis sobre el turismo español en la actualidad, así como su evolución a lo largo de la historia. Tras realizar un planteamiento general sobre la cuestión y tras una breve descripción de los objetivos, métodos y fuentes que utilizaremos en el trabajo, pasaremos a dar una breve explicación de lo que significa el turismo desde diferentes puntos de vista.

Se estudiará también su historia, desde los inicios del turismo en España, teniendo en cuenta su evolución cronológica, hasta la actualidad, dándole una importancia especial al año 2017. También trataremos de dar una visión de España como destino turístico, viendo los contrastes entre diferentes regiones españolas y finalmente analizaremos la actual oferta y demanda del turismo español. Tras todo esto daremos una serie de conclusiones para cerrar el trabajo.

Palabras clave: Turismo, España, Destino turístico, Oferta y Demanda.

ABSTRACT.

This document will be realized an analysis on the Spanish tourism at present, as well as his evolution along the history. After realizing a general exposition on the subject and after a brief description of the objectives, methods and sources that we will use in the work, we will happen to give a brief explanation of what means the tourism from different points of view.

His history will be studied also, from the beginnings of tourism in Spain, bearing in mind his chronological evolution, up to the present, giving special importance to the year 2017. Also we will try to give a vision of Spain as a tourist destination, seeing the contrasts between different Spanish regions and finally we will analyze the current offer and demand of the Spanish tourism. After all this we will give a series of conclusions to close the work.

Key words: Tourism, Spain, Tourist destination, Offer and Demand.

1. INTRODUCCIÓN. PLANTEAMIENTO DE LA TEMÁTICA.

Hoy en día, la gran mayoría de la población sabría explicar correctamente lo que significa el turismo. El turismo ya no es un privilegio, como lo era hace unas décadas, el turismo ahora es un hábito y costumbre entre la población de los países más desarrollados.

El turismo español en los últimos años ha sufrido numerosos cambios de manera notable desde sus inicios en los años 60 con el boom turístico, basado principalmente en el turismo de “sol y playa”, a la actualidad con la gran diversidad de productos turísticos que existen. Este modelo turístico tradicional ha ido poco a poco evolucionando hacia un nuevo modelo en el que el turista busca una satisfacción como persona, el conocimiento por conocer más allá de lo que ve o un turismo basado en sus propias experiencias.

El turismo, además de ser una actividad económica, es una actividad cultural que está presente en nuestras vidas desde la infancia.

Cada año, la Organización Mundial del Turismo (organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos) demuestra la importancia del turismo como una gran industria, quedando reflejado en países como España donde el turismo es el pilar fundamental de su economía.

Este crecimiento progresivo que se experimenta, tiene no solo algunos impactos negativos como puede ser la masiva llegada de turistas en verano a lugares del litoral español, sino que también provoca efectos positivos como la generación de puestos de trabajo, constituyendo una fuente de ingresos para una región concreta o el país en sí.

El turismo se podría definir como el motor y uno de los principales pilares de la economía española, y aunque llegó con un poco de retraso respecto a nuestros países vecinos, y no empezó a estudiarse como ciencia hasta el Periodo de Entreguerras (1919-1939), pronto, los políticos e instituciones públicas empezaron a darse cuenta de lo importante que era. Por esto mismo, en 1905, se constituye la Comisión Nacional de Turismo, bajo el reinado de Alfonso XIII, cuya principal función era la restauración de monumentos y creación de museos. En 1951, se crea el Ministerio de Información y Turismo, y desde entonces el

turismo ha estado presente en la denominación de un departamento ministerial, como en la actualidad, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

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

A principios de 2008, tras la crisis económica que sufre España, el sector turístico tuvo una recesión, en la misma medida que otros países, pero en el caso de España, va a ser la actividad turística la que sirva de incentivo y fomente la economía de nuestro país.

Con el paso de los años, políticos e instituciones públicas empiezan a organizar el sector turístico, creando organismos públicos como “TURESPAÑA”, adscrito al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, que se encargaba de promocionar y vender la marca “España” como revulsivo turístico: incentivando la creación de nuevas empresas turísticas, aumentando y mejorando la planta hotelera española con ayudas, etc.

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

Según los datos del INE, la tendencia turística de nuestro país es creciente, generando aproximadamente el 18% del PIB. En 2017 se batieron todos los récords: poco más de 82 millones de turistas eligieron nuestro país como destino de vacaciones. Las grandes empresas turísticas españolas, están en plena consolidación internacional, y nuestra planta hotelera cada vez suma más puntos de calidad.

1.1. Objetivos, metodología y fuentes del trabajo.

El principal objetivo de la realización de este trabajo fin de grado es conocer más profundamente la situación actual del turismo en España y sobre todo ver cómo ha ido evolucionando a lo largo de la historia.

Está formado por cinco apartados:

- En el primer apartado, “El Turismo en la Teoría”, se llevara a cabo una breve exposición de lo que significa en sí el turismo, como una actividad interdisciplinar.
- El segundo apartado, “La Historia del Turismo en España” se abordara las principales causas de su desarrollo y, sobre todo, su evolución y cambio de paradigma, de un fenómeno minoritario a fenómeno de masas desde 1847, hasta la actualidad.
- En el tercer apartado, “España como Destino Turístico” se realizara un estudio basado en los aspectos generales del turismo español (número de turistas que recibe, los principales destinos turísticos o los diferentes tipos de turismo que se dan en el país). También un análisis de la situación tanto a nivel interno como externo a través de un análisis DAFO.
- El cuarto apartado, “Políticas Turísticas en España”, tratara de las competencias de las distintas administraciones, la Organización Administrativa del Turismo en España, (1951-2011), y los distintos Planes de Turismo (1992-2020).
- En el quinto apartado, “Oferta y Demanda Turística en España”, se llevara a cabo un estudio sobre la oferta y demanda, analizando aspectos como: destino, origen, gasto, estacionalidad, alojamiento, etc., para terminar, analizando la competitividad turística.
- Para terminar, las “Conclusiones”, basadas en el análisis de la evolución del turismo en España.

Para la realización de este trabajo serán necesarias diversas fuentes tanto escritas como gráficas, y a través de diferentes figuras y tablas, que nos serán muy útiles para observar con claridad cómo ha ido evolucionando el turismo español con el paso de los años. Además de todo esto, también serán importantes los datos que aporten fuentes como el Instituto Nacional de Estadística, fuentes ministeriales o diferentes artículos relacionados con este tema.

2. TEORÍA DEL TURISMO.

El turismo es una actividad que se encuentra ligada a la geografía, economía y la sociología, además incluye algunos elementos como pueden ser: sector alojamiento, sector de actividades de ocio y recreativas, sector hostelería, sector transportes, agentes... a los que también podríamos añadir el clima, modas, estacionalidad, etc.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define al turismo de la siguiente manera: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 2010).

Los servicios de turismo y ocio se han convertido en una de las principales actividades económicas en los países desarrollados, y en algunos países, como España, que es el que estamos tratando de analizar, son la principal fuente de ingresos y el motor económico de muchas regiones. Este supone, según el INE, el 18% del PIB español, cerrando el año 2017 con un nuevo récord de turistas extranjeros, llegando a superar los 82 millones. Generando un empleo de cada cuatro desde el año 2013. Aunque según Aintzane Gastesi, para este año 2018 el crecimiento se moderará.

Figura 1. Llegada de turistas a España entre 2000-2017.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Según datos del INE, en la Figura 1 podemos observar como del 2000 hasta el 2007 se produce un aumento lento y prolongado de llegadas de turistas a España, pero si nos fijamos a partir del 2007, coincidiendo con la crisis que está afectando al país, se produce un descenso que durara dos años, y a partir de ese momento se inicia una recuperación. Desde 2009 se produce un aumento muy significativo hasta el 2017, un 57,4%, lo que supone la llegada de 30 millones de turistas más con respecto al 2009.

El turismo es una práctica social, de ámbito espacial y de temporada, que conlleva el traslado del lugar habitual de residencia a un lugar de destino durante más de un día completo, y que genera nuevas y diversas actividades económicas paralelas y muy diversificadas, como hemos dicho anteriormente. En el turismo intervienen cuatro elementos básicos: los turistas, los mecanismos públicos y privados, los medios e infraestructuras de transporte, la conectividad y movilidad turísticas, y por último, el destino turístico.

Su interrelación con el territorio y con el medio ambiente queda demostrado si miramos la disposición de los recursos turísticos en el territorio, ya que el espacio geográfico es soporte y recurso, y también a su vez es factor de desarrollo y de localización. Sus equipamientos de ocio y turismo (infraestructuras viarias y residenciales en el lugar de destino, con un elevado nivel de servicios) introducen una importante transformación espacial, con impactos positivos y negativos en el medio ambiente y en la cultura local.

El turismo mantiene una estrecha relación con el transporte, tanto individual como colectivo, del que depende totalmente, ya que su desarrollo es prácticamente imposible sin unos medios de desplazamiento regulares y seguros. El turismo contribuye no solo al empleo y al equilibrio financiero de los transportes, sino que además también influye en la política de transportes, que intenta dotar de buena accesibilidad a los núcleos turísticos, desarrollando y modernizando sus redes e infraestructuras (carreteras, aeropuertos), facilitando los desplazamientos al potenciar vuelos irregulares o chárter (adaptan la frecuencia e itinerarios de los vuelos a la demanda), y aumentando la capacidad portuaria para embarcaciones recreativas y deportivas, que es uno de los mayores atractivos para el turismo de mayor poder adquisitivo.

Tabla 2. Llegada de turistas según vía de acceso. Año 2017.

Tipo de transporte	Llegadas	% Variación anual
Aeropuerto	66.645.609	10,44
Carretera	12.877.598	-0,74
Puerto	1.889.587	15,54
Tren	373.571	2,95
Total	81.786.364	8,59



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Según el INE, en la Tabla 2 se muestra la llegada de turistas a nuestro país en el año 2017 y la tasa de variación anual respecto al año anterior, según las diferentes vías de acceso. Vemos claramente el predominio del transporte aéreo donde más de 66 millones de personas llegaron al país a través de un avión, de un total de casi 82, con una tasa de variación con respecto al año anterior de 10,4% más que en 2016. El segundo tipo de transporte más utilizado es el de carretera (12 millones), pero nada comparable con el transporte aéreo. En el siguiente escalón encontramos el tipo de transporte marítimo, que varía con respecto al 2016 un 15,5% más. Y por último, el medio de transporte menos utilizado para llegar al país es el tren, que no supera ni el medio millón de llegadas. También hemos puesto representada la gráfica con los distintos datos de la tabla 2, para poder ver claramente las diferencias entre un tipo de transporte y otro.

Considerando la actividad turística como una rama económica, su objetivo es la producción y el consumo de bienes y servicios heterogéneos para satisfacer las necesidades de los turistas, dividiendo sus actividades en dos categorías:

- **Actividades primarias:** bienes y servicios relacionados directamente con el consumo turístico, como organizaciones de viajes o alojamiento.

- **Actividades secundarias:** solo son características del turismo si son desarrolladas en las comunidades turísticas: taxis, restaurantes, etc.

2.1. Definiciones de turismo.

Podemos encontrar diferentes tipos de definiciones:

- Una de ellas fue elaborada en 1942 por los profesores de la Universidad de Berna, Walter Hunziker y Kurt Krapf, que decía así: “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad remunerada” (Hunziker y Krapf, 1942).

Esta definición es poco esclarecedora, ya que podemos ver que el turismo no es solo un viaje de ida y vuelta, sino una serie de relaciones dadas durante los desplazamientos en un periodo de tiempo determinado.

- Años más tarde surgió otra definición, definida por los autores Burkart y Medlik en el año 1981, que definía al turismo como: “Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Burkart y Medlik, 1981).
- Por otro lado, un año más tarde (1982), Mathieson y Wall definieron el turismo como: “El movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Mathieson y Wall, 1982).
- Por último, hay que mencionar la definición que todos conocemos, se trata de una definición más técnica o estadística, que es la aportada por la Organización Mundial del Turismo, definida anteriormente con claridad. Esta definición nos muestra las características más importantes del turismo, que podrían ser estas: introducción de los motivos del viaje, duración aproximada del viaje o estancia y localización de la actividad.

3. HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA.

3.1. Inicios del turismo en España.

España se encuentra entre las más importantes potencias turísticas del mundo, bien por el número de visitantes que recibe anualmente, o bien por la cantidad de ingresos que aporta al país. Su consolidación como sitio turístico se remonta al año 1960 aproximadamente, aunque existen antecedentes, que mencionaremos más adelante.

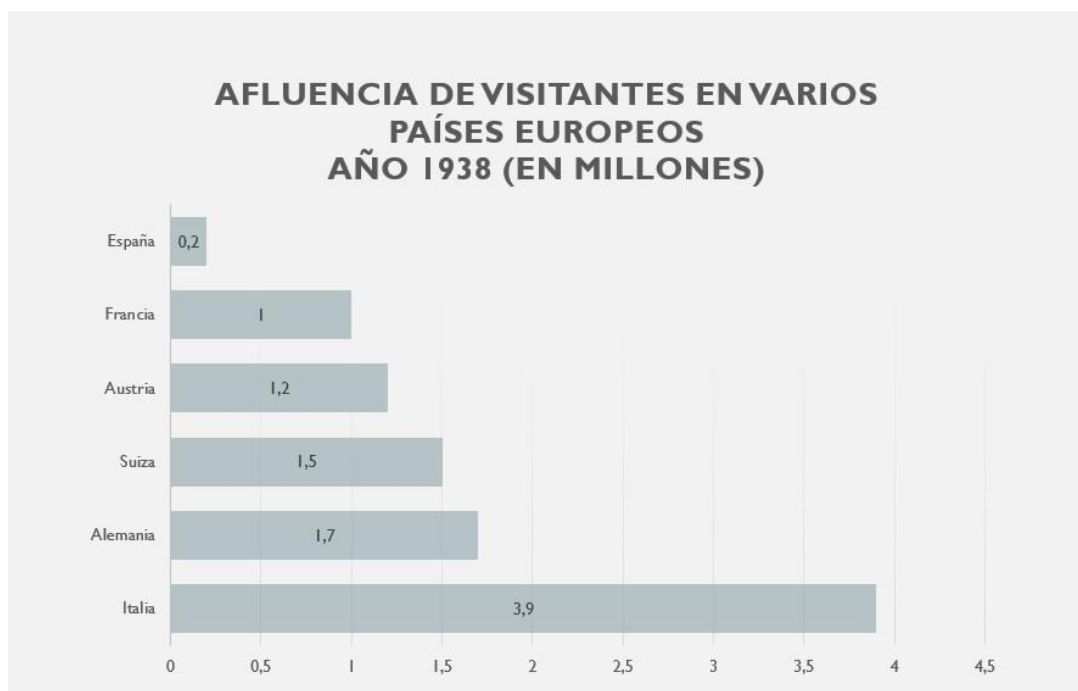
Según Alicia Pazos García-Morales, desde el siglo XVIII, y sobre todo a lo largo del XIX, ya son una gran cantidad de viajeros los que se mueven por territorio español. Entre todos estos viajeros que llegan, encontramos algunos naturalistas y escritores, todos ellos impresionados por la gran diversidad de paisajes que ofrecía la naturaleza de España, muy parecida a la de África, por las diferentes tipos de costumbres y culturas que había en esa época, por las distintas ciudades y sus monumentos, etc.

En sus escritos y guías de viaje estos escritores y naturalistas han dejado grabado toda su experiencia y conocimientos, lo que ha ayudado a España en el ámbito turístico, ya que esto ha levantado el interés y la curiosidad de los diferentes turistas extranjeros. Las causas de que España sea considerada como principal potencia turística pueden ser externas e internas:

- En las causas externas habría que tener en cuenta la evolución de las diferentes sociedades europeas tras la II Guerra Mundial. Poco después de la reconstrucción de las sociedades tras el conflicto bélico, Europa llegó a un estado de recuperación económica y bienestar social caracterizado sobre todo por un alto nivel de vida, la reducción de la jornada laboral, vacaciones, etc. Seguidamente empezó a aumentar la demanda de ocio, entre las que destaca el turismo, que se vio favorecido por la generalización del automóvil y los viajes en avión.
- En cuanto a las causas internas cabe destacar la situación geográfica de España, ya que se trata de una península rodeada casi por completo de agua, la valoración de los diferentes turistas extranjeros que visitan el país y las excelentes condiciones de la oferta turística, que podría verse favorecida por un amplio litoral, un clima

principalmente cálido, gran cantidad de paisajes y un patrimonio cultural realmente bueno. Todo esto a unos precios razonablemente buenos, a pesar de tratarse de un país con cierto atraso si lo comparamos con los países de los que proceden los turistas.

Figura 1. Afluencia de visitantes en varios países europeos, 1938 (en millones).



Fuente: Fernández Fuster, L. (1991): "Historia general del turismo de masas".

En la Figura 1 podemos ver que en España tenemos unos datos muy bajos, en comparación con otros países en los años 30, esto puede deberse a la situación política que en esos momentos se vive en el país al encontrarse sumergida en plena Guerra Civil.

3.2. Evolución del turismo español.

Es difícil saber exactamente cómo y cuándo arrancó la historia del turismo, lo que sí sabemos es que el turismo puede ser considerado como una actividad antigua, ligado a las clases privilegiadas (ya existían ciertas formas de turismo en antiguas civilizaciones: viajes de estudio de los romanos a Grecia, desplazamientos a fuentes termales, etc.), no comienza a adquirir importancia como hecho socio-económico hasta el siglo XIX, aunque no será hasta principios del XX cuando se comience a llamar como fenómeno de masas, siendo tras la II Guerra Mundial cuando se democratiza y se acelera su ritmo de crecimiento.

La palabra turista comenzó a usarse en Gran Bretaña, a finales del siglo XVII, para designar a una persona que realiza un viaje recreativo por motivos culturales o simplemente por placer, y en el siglo XIX el turismo seguía siendo una actividad elitista, que buscaba las estaciones termales y las regiones de clima favorable (el ocio de playa no se había desarrollado todavía), y que daba lugar a lujosas infraestructuras, como por ejemplo grandes hoteles, casinos, etc.

La expansión y crecimiento del turismo de masas se produjo en el siglo XX, gracias al progreso económico (incremento en el nivel de vida), social (vacaciones remuneradas), tecnológico (avances en los sistemas de comunicaciones) y político. Las infraestructuras que se crean para este turismo de masas son más modestas (hoteles de categoría media), y dan lugar a la proliferación de residencias secundarias, albergues y campings.

Así, en las últimas décadas, el turismo ha experimentado un gran desarrollo, no solo por la cantidad de población que participa en él, sino también por el incremento en el volumen de ingresos que proporciona, por el incremento de los puntos de atracción y por las distancias recorridas.

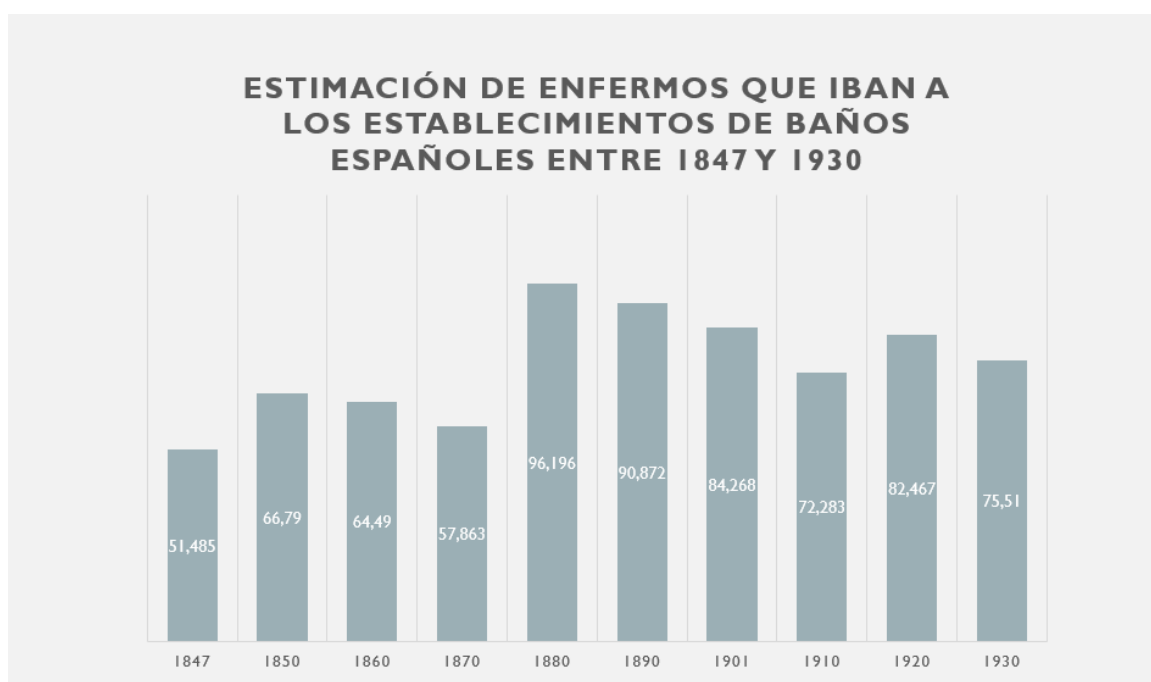
Particularmente en España, tenemos un momento clave en la historia del turismo, que fue la etapa franquista. Esta etapa dio un impulso al turismo, coincidiendo con la etapa en la que se produce el “boom” turístico de sol y playa.

3.3. Evolución cronológica del turismo español.

1847-1919

Desde mediados del siglo XIX a principios del siglo XX, el turismo español se centraba en los balnearios, que principalmente servían como medio de curación de enfermedades de la población (Figura 2).

Figura 2. Estimación de enfermos que iban a balnearios españoles, 1847-1930.



Fuente: Larrinaga Rodríguez, C. (2012): “El turismo en la España del siglo XIX”.

En 1905 el Ministerio de Fomento crea la Comisión Nacional de Turismo (1905-1911), y más adelante, en 1911 se crea la Comisión Regia de Turismo (1911-1928). Lo que hace esta última es restaurar la mayor parte de museos y monumentos del país.

1920-1949

A partir de 1920 se produce un crecimiento económico como resultado sobretodo de que España durante la I Guerra Mundial, se mantuvo neutral, lo que permitió al país llevar a cabo relaciones comerciales con ambos bandos, beneficiándose económicamente. Consecuencia de estos beneficios se produce un aumento del turismo de sol y playa, se crean numerosas empresas dedicadas al turismo y se construyen muchas infraestructuras, para atraer turistas.

En esta etapa se produce la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930). El sistema encargado de llevar a cabo actividades como la política turística de España y promocionar las distintas zonas turísticas españolas era el Patronato Nacional de Turismo (1928-1936). Entre estas actividades podemos destacar la creación de Museos y restauración de numerosos

monumentos, a las que habría que añadir guías y folletos turísticos. Todo esto se crea para dar a conocer los valores culturales, patrimoniales y paisajísticos del país.

1936-1939

Esta etapa coincide con la Guerra Civil Española, en la que la economía y el turismo español sufren distintas consecuencias. Destaca sobre todo el turismo político, que principalmente iba dirigido a los españoles a través de la propaganda, cuyo único propósito es influir opiniones, mostrar y dar a conocer. La mayoría de todo esto se hace para que personas de países extranjeros, se animen a venir a España y visitar los diferentes lugares del conflicto bélico (Figura 3).

Figura 3. Fotografía de guerra en el barrio de Vallecas (Madrid) utilizada en la revista “Regards”.



Fuente: Pazos García-Morales. A. “La evolución del turismo en España”.

Tanto propaganda como turismo, según el gobierno de la época (republicano), estaban unidos a cultura, llevando a cabo excursiones centradas principalmente en mostrar a los turistas los museos, monasterios, iglesias y bibliotecas.

1940

Tras la derrota de Alemania e Italia en la II Guerra Mundial, España queda totalmente aislada de los países democráticos, a causa de la condena del Régimen franquista por la ONU.

Años más tarde (1946), Francia cerrará las fronteras que mantiene con España. Al año siguiente también será excluida del Plan Marshall (1947).

Tras todo esto, España entró en un bloqueo internacional en el que veía peligrar el Régimen franquista, debido al rechazo de los países democráticos. Será la Dirección General de Turismo la que se encargará de devolver una buena imagen del país al resto de países, esto lo conseguirá por medio del turismo, organizando visitas oficiales.

Será en el año 1948 cuando el país empieza a salir del bloqueo internacional en el que estaba inmerso. Francia abre de nuevo sus fronteras y se vuelve a incluir a España en el Plan Marshall.

1950

Según Díaz Ortuño, España no llegó al 1,8% de llegadas de turistas hasta el año 1950. Hay que decir que estos datos eran muy bajos, a causa de dos hechos: el aislamiento de España tras la II Guerra Mundial y el declive de la mayoría de infraestructuras de transporte y alojamiento.

Para beneficiarse económicamente y atraer turistas a España, se crea el Ministerio de Información y Turismo en 1951. En 1953, a raíz de ese Ministerio, nace el Plan Nacional de Turismo, que se encargaba de promocionar el turismo mediante propaganda en el exterior y reformar las infraestructuras destruidas en el conflicto bélico.

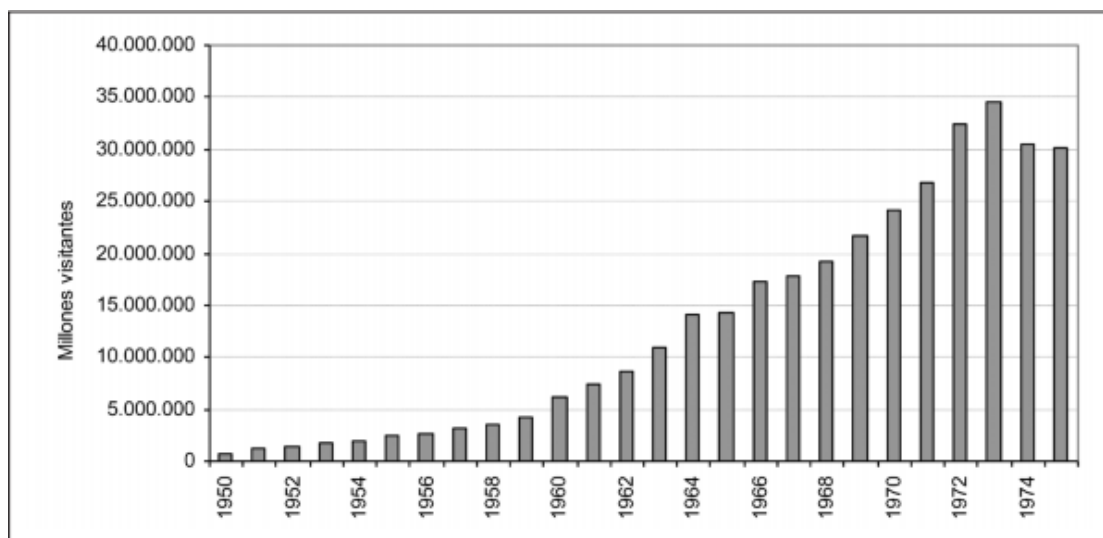
Tras todas estas reformas, la llegada de turistas a España aumento bastante, hasta llegar a un 6,2%. Podemos decir que los años 50 fueron el inicio del “boom turístico” en España.

1960

A partir de los años 50, y sobre todo en los años 60, el turismo deja de ser solo elitista, y pasa a convertirse en un turismo masivo debido a la mejora del nivel de vida en EEUU y parte de Europa, y a la mejora de los transportes, sobre todo el aéreo. Esto supone el inicio del “boom turístico español”. En 1959 se produce un desarrollo de la economía tras la creación

del Plan de Estabilización de la mano de los tecnócratas del gobierno. Este desarrollo está basado principalmente en la industria (norte de España y Madrid) y el turismo (sol y playa, y cultural) favorecido por un clima muy agradable.

Figura 4. Evolución de entradas de turistas extranjeros en España, 1950-1975.



Fuente: Almeida García. F. (2011). “La política turística en España y Portugal”.

Como podemos ver en la Figura 4, fue en los años 60 cuando comenzó la gran expansión del turismo, superando cada año las cifras registradas del anterior, y coincidiendo con el gran crecimiento económico.

Un claro ejemplo de ese “boom turístico” en España fue Málaga y su Costa del Sol, que desempeñaron un papel muy notable. Era un destino que gozaba ya de una cierta tradición turística, que contaba con una importante oferta hotelera y que podía ofrecer los dos productos básicos que demandaba el turista por aquel entonces: sol y playas. Su mayor inconveniente era su alejamiento geográfico, respecto de los principales países emisores de turistas. Pero esto no fue obstáculo para que agencias de viajes españolas y extranjeras, fundamentalmente británicas y escandinavas, apostaran desde mediados de la década de los años 50 por el litoral malagueño. En este sentido fue crucial para Málaga su aeropuerto. Gracias a una serie de continuas remodelaciones que se iniciaron en 1950, el aeropuerto de Málaga se convirtió en uno de los más importantes de España y pudo recibir en sus pistas a un creciente y elevado número de vuelos. Todo esto produjo una rápida ampliación de la oferta de alojamiento, muy especialmente en los municipios costeros de la costa occidental malagueña, como Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Marbella, entre otros. Fueron

unos años en los que ante la masiva llegada de turistas, creció el número de inversores, mayoritariamente españoles y hasta entonces vinculados a la agricultura o al comercio, que decidieron abandonar, en algunos casos, o diversificar, en otros, sus negocios tradicionales y apostaron por la construcción de establecimientos hoteleros y extrahoteleros (pensiones y hoteles). Además, a lo largo de dicha etapa los pequeños hoteles típicos de los años 50, generalmente negocios familiares que solo ofrecían alojamiento y servicio de restauración, fueron dando paso a las primeras cadenas hoteleras, a empresas extranjeras con nuevas técnicas organizativas, que comenzaron a ampliar su tradicional oferta. Lógicamente, toda esta expansión ocasionó también algunas consecuencias negativas como la escasa preocupación del sector por la formación y cualificación de sus trabajadores y el creciente impacto medioambiental en el litoral malagueño (Figura 5).

Figura 5. Turismo de sol y playa en los años 60.



Fuente: Vizcaíno Ponferrada. M^a L. (2015). “Evolución del turismo en España: Turismo cultural”.

Durante esta década, el número de turistas llegados a España superó los 6 millones. Este crecimiento no parará de crecer hasta sobrepasar los 24 millones de visitantes en 1973. Parte de culpa tiene el famoso eslogan que decía: “Spain is different”.

1970

A partir de 1975 el turismo español viene marcado por la presencia de dos aspectos primordiales. De un lado, la recesión económica de los setenta, tras el crecimiento experimentado en la década anterior. El encarecimiento del oro negro, a partir del último

trimestre del año 1973 y la consiguiente recesión económica internacional, con elevadas tasas de inflación y paro y con graves repercusiones en el precio de los transportes, cambió la situación. Así, los turistas extranjeros descendieron, y se realizaron importantes campañas de promoción para captar el mercado nacional. La etapa comprendida entre 1975 y, aproximadamente, 1985 fue sin duda alguna la más difícil para el sector de alojamientos. La fuerte inflación registrada durante el periodo, a consecuencia fundamentalmente del alza de los costes energéticos y de la mano de obra, junto con la disminución del ritmo de las inversiones públicas, produjeron importantes cambios en la oferta de alojamientos del turismo de sol y playa. La crisis trajo consigo el cierre de algunos establecimientos y una serie de ajustes empresariales en el sector: se recortaron algunos costes adicionales, aparecieron las primeras regulaciones de empleo y se incorporaron las nuevas tecnologías, entre otros.

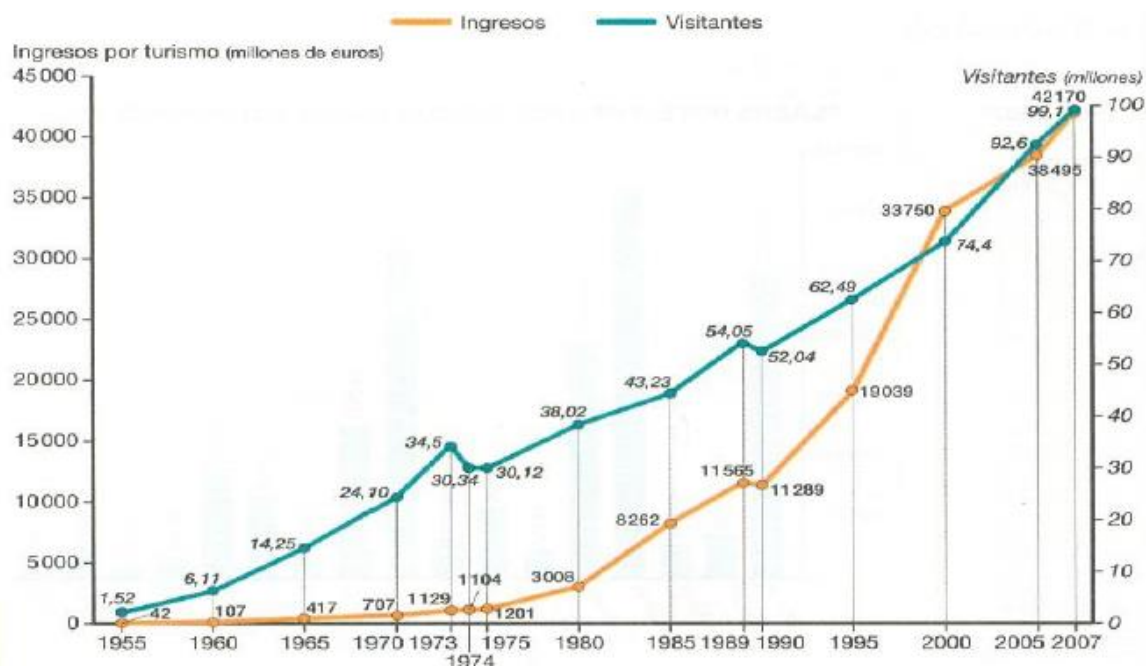
Además de todo esto, la sociedad española no sabía lo que iba a pasar tras la muerte de Franco en 1975.

1980

Con la llegada al trono del rey Juan Carlos, como Jefe de Estado, se producen continuos cambios económicos, políticos y sociales. A partir de 1981, se inició un nuevo ciclo de crecimiento que se prolongó, a pesar de algún contratiempo a mediados de la década, hasta 1987, aproximadamente. La buena situación económica internacional, el declinante precio real del petróleo y el auge experimentado por la economía española, impulsado en parte por la ampliación del gasto público (favorecido también por la incorporación a la UE), con un alto ritmo de ejecución de obras públicas, especialmente en redes viarias y de comunicaciones, propiciaron estos años de bonanza. Además, habrá que sumar los graves problemas sufridos por algunos países competidores (como por ejemplo, ciertos países de los Balcanes) que favorecieron el desplazamiento de turistas al país. Pero también es cierto que en el aumento de la demanda desempeñaron un papel destacado la mejora en las infraestructuras y la promoción exterior en ferias internacionales. Sin embargo, quedaban aún retos por asumir como reducir la dependencia de grupos extranjeros, desarrollar un turismo que respete el medio ambiente y las raíces culturales del lugar, y procurar la subsistencia de las pequeñas y medianas empresas con los grandes grupos empresariales mediante un mayor asociacionismo o a través de acuerdos o alianzas estratégicas.

Se produce un aumento de la renta, debido sobre todo a las distintas políticas impuestas por los nuevos gobiernos.

Figura 6. Evolución del número de visitantes y de ingresos por turismo, 1955-2007.



Fuente: Vizcaíno Ponferrada. M^a L. (2015). “Evolución del turismo en España: Turismo cultural”.

Aunque la Figura 6 muestre la evolución desde los sesenta hasta 2007, se puede observar que fue en los 80 cuando se produce un cambio significativo entre el número de turistas y el ingreso del turismo, todo ello expresado en millones de euros. Parte de la culpa de ese crecimiento la tiene la introducción del marketing en el turismo español. En esta década ya se pueden ver spot publicitarios y pancartas enganchadas en avionetas, que sobrevolaban las costas españolas.

Otro hecho significativo de esta década es la creación de Turespaña, se trata de un organismo que se encarga de promocionar “la marca España” fuera del país.

1990

La Dirección General de Política Turística estima que en la década de los 90 el turismo aportaba más o menos un 8% del PIB de nuestro país. Además, aumentaron significativamente los puestos de trabajo en este sector. “La década de los 90 fue la de mayor prosperidad para el sector turístico español” (Zoreda y Perelli, 2014).

En 1992 se establece el Plan de Turismo “Futuros I”, se centraba principalmente en afianzar el turismo español, por medio de la internacionalización de empresas españolas en el extranjero y mejorar el sector hotelero mediante ayudas y propuestas.

En 1993 entrará en vigor el tratado de Maastricht, que establece una serie de criterios para dar entrada a la moneda única, lo que provocará una etapa expansiva hasta el año 2004. La entrada de una moneda única tuvo una consecuencia positiva, ya que se abarataron los precios atrayendo a un número mayor de turistas. También tuvo una consecuencia negativa, que fue que el número de turistas aumentara a un ritmo mucho mayor que los ingresos.

2000-Hasta la actualidad

Según datos del INE, en el año 2007 España era el segundo destino turístico a nivel mundial (59 millones de turistas), por detrás de Francia. Y en cuanto a ingresos también ocupaba el segundo lugar por detrás de EEUU. Un año más tarde, como consecuencia de la crisis esta cifra desciende hasta los 53 millones. No será hasta 2013, cuando se inicie la recuperación económica, llegando en estas fechas ya a los 60 millones de turistas.

Figura 7. Turistas en temporada alta, 2000-2017.



Fuente: INE

La Figura 7 muestra la llegada a España de turistas extranjeros en temporada alta (meses de Julio y Agosto). Nos hemos centrado principalmente en estos meses, ya que son los meses en los que más afluencia de turistas llega al país. Podemos ver como desde el año 2000 (en agosto de este año vemos el punto más bajo de visitantes, con 5,7 millones de turistas) hasta más o menos el 2007 (llegando a los 7,6 millones de turistas) nos encontramos con un crecimiento muy moderado. Pero a raíz de la crisis económica en la que entra España, se produce un descenso muy significativo de un año a otro (en 2009, 6,6 millones), hasta que en el año 2010, coincidiendo con la etapa de recuperación económica, se produce un ascenso progresivo que llega hasta la actualidad, llegando en Julio de 2017 hasta los 10,5 millones de turistas.

No solo la crisis económica afectó al turismo español, sino también que el turismo de “sol y playa” empezó a verse un poco atrasado, por la gran cantidad de competidores europeos que aparecieron por el mediterráneo y la sobreoferta hotelera, entre otros.

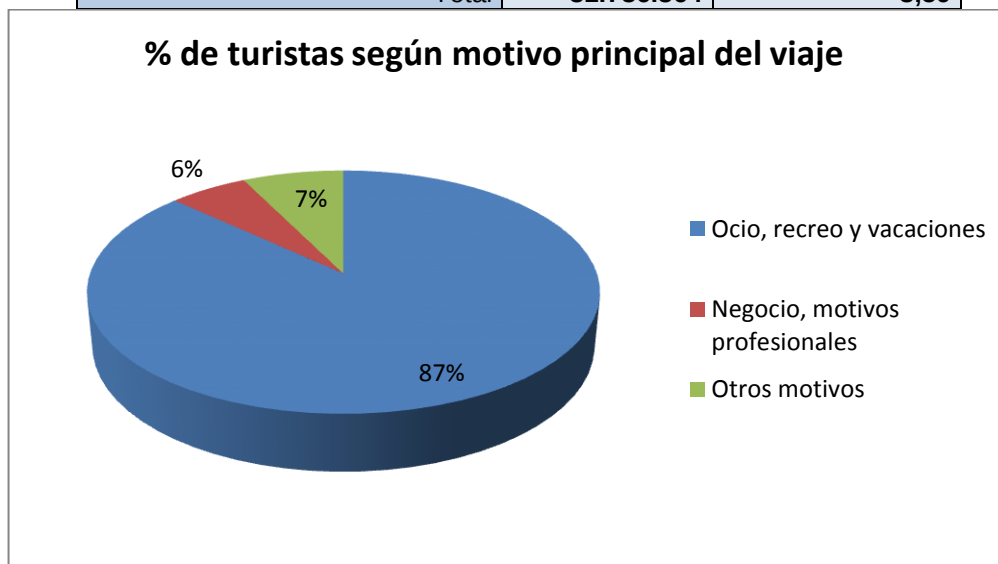
Tras la crisis, el turismo español comenzó a reforzarse hasta convertirse en la principal fuente de ingresos de España, batiendo cada año un nuevo récord de visitas. Los últimos datos que tenemos, son de 2017, con más de 82 millones de turistas, pero se prevé que se modere para el 2018. España actualmente se sitúa en el tercer puesto de los países más visitados del mundo, por detrás de Francia y EEUU.

Actualmente, España se está vendiendo al exterior como un lugar donde relajarse y descansar. Principalmente es en el norte de España donde se da este tipo de turismo, ya que es difícil fomentar el turismo de sol y playa en esa zona. En el sur, también se está potenciando el turismo, por la gran cantidad de parques naturales y nacionales que encontramos.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística, en la Tabla 8 y su correspondiente gráfica, se muestra el número de turistas que recibió España en el año 2017 según el motivo principal del viaje:

Tabla 8. Número de turistas según el motivo principal del viaje, Año 2017.

	Dato base	% Variación anual
Ocio, recreo y vacaciones	71.035.704	10,46
Negocio, motivos profesionales	4.707.514	0,59
Otros motivos	6.043.146	-4,43
Total	81.786.364	8,59



Fuente: INE.

Por un lado, la Tabla 8 muestra como la mayoría de los turistas que recibe el país viaja por motivos de ocio, recreo y vacaciones (71 millones de personas), lo que supone un 87% del total. En cuanto al porcentaje de variación, se trata de un 10,4% más con respecto al año anterior. Por otro lado, vemos como solamente el 6% del total de turistas viaja por motivos profesionales o de negocio, manteniéndose prácticamente igual que el pasado año. Y por último, el número de turistas que viaja por otros motivos, que supone un 7% del total, ha descendido con respecto al año anterior.

4. ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO.

Actualmente el turismo español se encuentra en alza, llegando, como ya hemos repetido varias veces, a los 82 millones de visitantes en el año 2017, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

Tabla 1. Evolución del número de turistas extranjeros que llegan a España.

Periodo Anual	Nº de turistas extranjeros (millones)
2013	62
2014	65
2015	68
2016	75
2017	82

Fuente: INE y elaboración propia.

La Tabla 1 nos muestra la evolución desde el año 2013 hasta el 2017 de la cantidad de turistas extranjeros que nos visitan cada año. Podemos ver, como en tan solo 4 años, el país ha pasado de recibir 62 millones de turistas en el año 2013, a recibir 82 millones en el 2017, es decir, en solo 4 años, estas cifras han aumentado unos 20 millones.

Según palabras del antiguo Ministro de Turismo, Álvaro Nadal: *“España por primera vez ha superado a Estados Unidos como destino turístico a nivel internacional y se ha quedado como la segunda potencia turística del mundo. Quiera que no, algo estamos haciendo bien en nuestro país en este sector, se trata de un sector que tiene una buena política turística, no solo de la administración general de estado, sino también de las comunidades autónomas y de las corporaciones locales, pero también el sector, con unos profesionales de primer nivel y muchas veces no son reconocidos, tiene una capacidad de oferta y una capacidad de atender a las necesidades de la hermandad como nunca se ha visto en nuestra historia y ahí tenemos esos 82 millones de turistas que estamos proyectando. Con un crecimiento de un máximo de 2% a un 9% en visitantes, y un crecimiento de un 12% o más en gasto turístico, que será de la orden de 87.000 millones de euros. Esto quiere decir, que sin duda nos estamos consolidando como la segunda potencia turística mundial y primera en competitividad”*. (Álvaro Nadal, 2018).

Actualmente, el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili está confiado en la recuperación de Cataluña, después de los atentados terroristas sufridos en la capital, ya que se trata del principal destino de los turistas llegados a España y uno de los lugares más visitados del mundo. Cree que esta buena dinámica de crecimiento continuará durante este año 2018 y ha manifestado que España se tiene que marcar como objetivo recibir a 100 millones de turistas. Según palabras de Pololikashvili: *“España es un país con una oferta muy diversificada que ya no es solo el ‘sol y playa’ y cuenta con grandes atractivos culturales”* (Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT, 2018).

4.1. ¿Por qué crece el turismo en España?

Según Hosteltur, en los últimos años España no ha parado de escalar posiciones en el ranking mundial de competitividad turística. En el año 2015 por primera vez llegó a ocupar la primera posición en el ranking, según una clasificación de World Economic Forum. Actualmente, como ya hemos dicho anteriormente, España se encuentra en el segundo puesto del ranking mundial. Esto es debido sobre todo a una serie de factores:

- Expansión turística de España. Esta expansión de turismo internacional se está consolidando. Los turistas empiezan a llegar desde países, que quizás sean más competitivos.
- Somos un destino líder. España siempre ha sido uno de los destinos preferidos para la mayoría de los turistas europeos. Parte de culpa la tiene el turismo de sol y playa, que es uno de los principales motivos por los que viajan los turistas.
- Es un destino conectado. Los aeropuertos españoles mantienen una excelente conexión con los mercados extranjeros, incluso con aquellos que se encuentran más alejados.
- Turistas de elevado poder adquisitivo. España cada vez se centra más en productos turísticos pensados para este tipo de turistas, ya que son los que más dinero gastan. Se establecen estrategias para atraer a este tipo de viajeros.
- Propuestas únicas. El turismo cultural es uno de los que más turistas atrae. La gastronomía, el clima, la hospitalidad y el estilo de vida juegan un papel importante.

- Sector clave para el crecimiento español. El turismo genera muchos puestos de trabajo, a la vez que eleva la tasa de crecimiento anual.
- Atrae nuevos mercados. Crecimiento de los mercados lejanos frente a los que consideramos tradicionales, como por ejemplo, los viajeros chinos.
- Siempre está lista para el turismo. Dispone de lo necesario para cualquier turista: seguridad, información, limpieza e idiomas.
- Tasa de crecimiento turístico elevada. Debido a que los visitantes proyectan un gasto bastante elevado.

4.2. Tipologías de turismo en España.

España dispone de una gran cantidad de tipos de turismo, pudiendo ofrecer diferentes tipologías, como por ejemplo: de “sol y playa”, cultural, rural, gastronómico, de salud, entre otros muchos más.

4.2.1. Turismo de “sol y playa”.

A partir de los años 60, en España empieza a coger fuerza el turismo de masas, es decir el **turismo de “sol y playa”**, estableciéndose años más tarde como el principal motor de la economía española. España es una península que se encuentra rodeada de costa casi en su totalidad, en total unos 7.880 kilómetros, que se podrían dividir en tres vertientes: mediterránea, atlántica y cantábrica. Además, contamos con aproximadamente 500 banderas azules en las costas españolas, otorgadas por la Fundación Europea de Educación Ambiental, ya que cumplen con una serie de condiciones ambientales. Este tipo de turismo se concentra sobre todo en los tres meses de verano (Junio, Julio y Agosto), es decir, los meses de la denominada temporada alta (Figura 2).

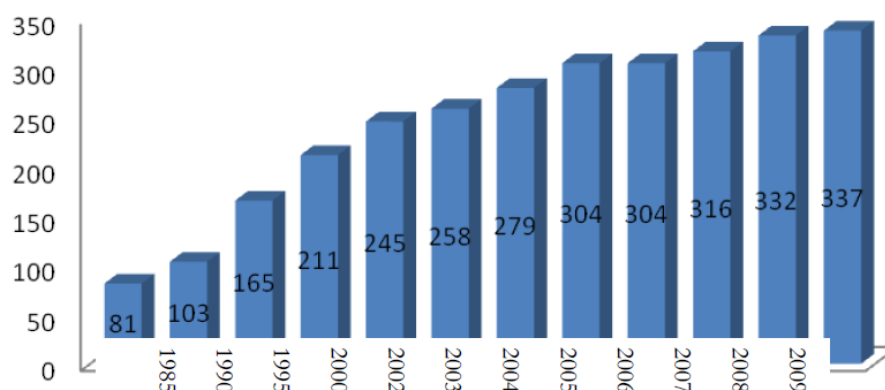
Figura 2. Mapa de las costas de España.



Fuente: Universomarino.com

Una actividad complementaria a este tipo de turismo podría ser el denominado turismo de golf, protagonizado por turistas, distinguiendo aquellos cuya motivación principal es viajar para jugar al golf, de aquellos en los que el golf es complementario a la actividad de viaje que están desarrollando, en este caso “sol y playa”. También hay que decir que la temporada alta del turismo de golf se desarrolla en el momento de temporada baja del turismo de “sol y playa”. España presenta un gran número de campos de golf, aunque comparado con otros países el número es más bajo, debido a la explosión tardía de este tipo de turismo. Actualmente, Andalucía es la comunidad autónoma que cuenta con más campos de golf en España (Figura 3).

Figura 3. Evolución de los campos de golf en España.



Fuente: Real Federación Española de Golf.

La Figura 3 nos muestra la evolución de los campos de golf en España desde el año 85 hasta el 2009, y vemos como siempre mantiene un crecimiento, no muy resaltado entre un año y otro, pero siempre ascendente. En el 2012 esta cifra ascendía ya a los 424 campos de golf en España.

Otra actividad complementaria a este tipo de turismo, podría ser el denominado turismo náutico, que se trata de una actividad dirigida a desarrollar actividades náuticas, tanto en la costa como en los puertos. Aunque también hay que decir, que este tipo de turismo poco a poco se está desvinculando del turismo de “sol y playa”. El turista que opta por este tipo de turismo, suele ser de dos tipos:

- Los que acuden a los puertos deportivos, suelen ser hombres de mediana edad y tener un alto poder adquisitivo, y además está motivado por el clima y la oferta de ocio que se le ofrece.
- En cuanto a los que acuden a las estaciones náuticas, son todo lo contrario al anterior; personas jóvenes con un nivel adquisitivo medio, que vienen a practicar submarinismo, windsurf, entre otras actividades.

4.2.2. Turismo cultural e histórico.

Este tipo de turismo se corresponde con los viajes llevados a cabo con la finalidad de conocer otras culturas y adentrarse más a fondo en su identidad. Se realiza con el objetivo de conocer la historia, costumbres y tradiciones de nuestro pasado por medio de visitas a monumentos históricos, entre otras actividades. Dentro de este tipo de turismo, Alba Arnáez Pérez establece diferentes clasificaciones:

- Turismo arquitectónico: se desarrolla principalmente en aquellas ciudades que son Patrimonio de la Humanidad. España actualmente cuenta con 15 ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. El perfil que identifica a este turista suele ser de un alto nivel de cultura, junto a un buen poder adquisitivo. Un claro ejemplo de este tipo de turismo lo podemos encontrar muy cerca de Jaén; por ejemplo, en las ciudades de Úbeda y Baeza, o también en la Alhambra de Granada (Figura 4). Este turismo también puede estar asociado a las visitas a museos para conocer la cultura del lugar visitado.

Figura 4. Alhambra de Granada.



Fuente: Google

- Turismo gastronómico: este tipo de turismo se centra principalmente en la gastronomía del lugar que se visita. Este turismo puede llegar a mejorar las economías de aquellas regiones consideradas pobres o agrícolas. Esto lo convierte en un recurso cultural contemporáneo. Dentro de este podemos diferenciar dos tipos diferentes de turismo gastronómico; por un lado el óleo turismo, que consiste en la cata de aceite de oliva, que actualmente cuenta con 28 Denominaciones de Origen. Por otro lado, estaría el enoturismo, que se dedica a la degustación de diferentes tipos de vino. España cuenta con la mayor extensión cultivada de viñedos del mundo, con 69 Denominaciones de Origen.
- Turismo religioso. El turismo religioso está vinculado a la fe y se lleva a cabo por medio de peregrinaciones o visitando los diferentes lugares sagrados del país. Suele tener lugar en fechas señaladas, como por ejemplo la Semana Santa. Un claro ejemplo de este tipo de turismo sería la realización del Camino de Santiago, una ruta realizada por los peregrinos hasta conseguir llegar a la catedral de Santiago de Compostela.
- Turismo idiomático. Consiste principalmente en viajar fuera del lugar habitual de residencia, como a otro país, con el objetivo principal de aprender o perfeccionar un idioma distinto. Es importante el desarrollo de este tipo de turismo debido a que el castellano es la segunda lengua de comunicación internacional. El perfil de los turistas que realizan este tipo de turismo suele ser jóvenes y estudiantes, aunque

cada vez se está extendiendo a edades adultas. Según datos del Instituto Cervantes, en 2014 visitaron nuestro país unos 858.000 turistas por motivos académicos.

4.2.3. Turismo rural.

Este tipo de turismo comenzó a darse en España alrededor de los años 70, como alternativa directa a lo que conocemos como turismo de sol y playa. Este turismo va destinado a la realización de actividades en las diferentes zonas rurales del país, lo que conlleva dormir y descansar en casas rurales o realizar actividades al aire libre. Predomina sobre todo en pequeñas áreas urbanas, que no superan los 2.000 habitantes y presentan diversos problemas, aunque en general, la oferta de España es muy rica en lo que a turismo rural se refiere. Dentro de este tipo de turismo podemos encontrar diferentes actividades complementarias:

- Turismo de aventura. Este tipo de turismo lleva al turista a realizar una amplia gama de actividades deportivas. Estas actividades se sirven principalmente de los recursos que ofrece la naturaleza del medio en el que se desarrollan. En la Figura 5 podemos ver las diferentes actividades que se pueden realizar dentro de este tipo de turismo:

Figura 5. Principales actividades del turismo deportivo y de aventura.

Medio	Actividades
Agua	Submarinismo, Piragüismo, Hidrospeed, Rafting, Vela
Aire	Parapente, Ultraligero, Ala Delta, Globo Aerostático
Tierra	Ciclomontañismo, Senderismo, Espeleología, Escalada
Nieve-Hielo	Esquí, Snowboard, Trineo, Escalada en hielo, Alpinismo

Fuente: MORAL. S. y ORGAZ. F. (2013). “Las nuevas tipologías de turismo en España”.

Este conjunto de actividades están consideradas como actividades físicas. Tenemos que decir que la actividad más practicada es el senderismo, por encima de las actividades que conllevan mayor riesgo. El perfil del turista que realiza este tipo de

turismo estaría entre un turista joven y de edad intermedia, pero especialmente es muy demandado por los universitarios.

- Turismo agrícola/Agroturismo: se encarga de mostrarnos las diferentes experiencias de la vida rural campesina. El Agroturismo se encarga de ofrecer a los turistas una serie de servicios, una forma de entrar en contacto directo con la naturaleza: cultivando, cosechando, combatiendo las plagas, etc.

4.3. Principales destinos españoles.

Según la OMT, España es uno de los países líderes en turismo a nivel mundial. Según datos del INE, en el año 2017 España recibió aproximadamente 82 millones de turistas de diferentes lugares de todo el mundo, un 8,5% más que el año anterior. Estos turistas dejaron en las arcas del Estado aproximadamente unos 87.000 millones de euros.

La Tabla 6 muestra el destino preferido de los turistas, o mejor dicho, la distribución territorial por Comunidades Autónomas.

Tabla 6. Distribución territorial de llegadas de turistas internacionales, 2017.

Comunidad Autónoma	Llegadas	% Variación
Andalucía	11.530.070	8,88
Aragón	559.568	-13,18
Asturias	293.625	5,62
Islas Baleares	13.790.968	6,10
Canarias	14.213.686	7,20
Cantabria	414.326	9,48
Castilla y León	1.453.494	18,62
Castilla - La Mancha	226.754	1,84
Cataluña	19.046.720	5,00
Comunidad Valenciana	8.918.327	15,35
Extremadura	381.223	45,81
Galicia	1.290.322	24,65
Madrid	6.694.686	15,76
Murcia	994.619	7,61
Navarra	332.664	10,66
País Vasco	1.512.555	9,44
La Rioja	124.312	-17,55
Total	81.786.364	8,59

Fuente: INE.

Si analizamos la Tabla 6 podemos encontrar contrastes muy significativos entre una comunidad y otra, como por ejemplo la diferencia tan grande de llegadas de turistas que hay entre Cataluña, que sería la comunidad que más visitas recibió en el año 2017, con un total de 19 millones de turistas, y entre La Rioja, que solamente recibió unos 124.312 turistas.

Centrándonos en las comunidades que más turistas recibieron el año pasado, en cabeza tendríamos a Cataluña, que como ya hemos dicho fue la más visitada, con 19 millones de visitantes, a pesar de los atentados terroristas sufridos en Barcelona en agosto del 2017. También hay que destacar comunidades autónomas como las Islas Canarias o las Baleares, que recibieron cada una alrededor de 14 millones de turistas, favorecidas principalmente por su clima y sus maravillosas playas. Andalucía por su parte, también es una de las comunidades autónomas que más turistas recibe, con un total de 11,5 millones.

Por otro lado, entre las comunidades autónomas que menos turistas recibieron en el año 2017, estarían las comunidades del litoral cantábrico. Llama la atención el caso de Castilla La Mancha, Extremadura y Aragón, que a pesar de tener todas una gran extensión de territorio, no llegan a superar el medio millón de visitantes.

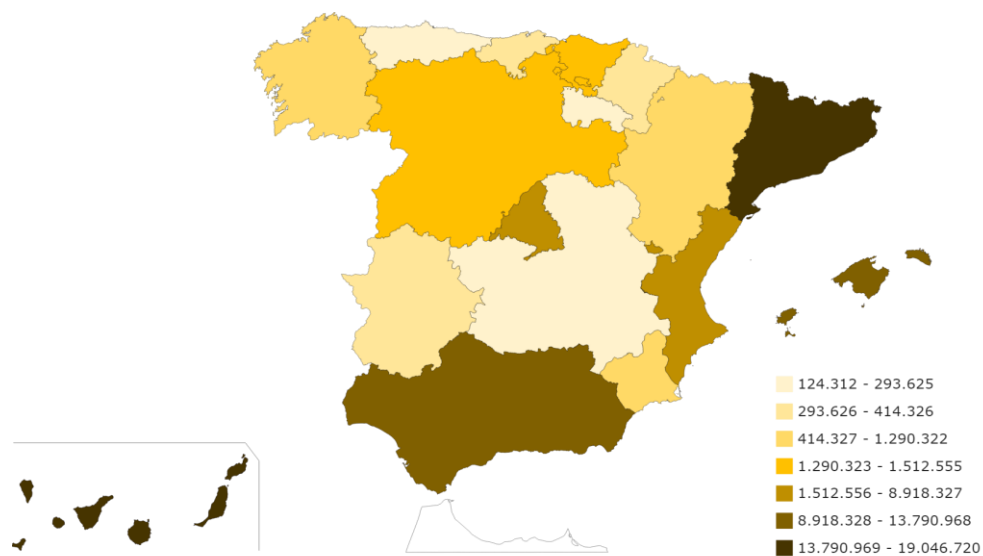
En cuanto a Madrid y Valencia, que se trata de dos comunidades importantes y conocidas a nivel mundial, se encuentran en la media entre las comunidades que más y que menos turistas reciben, con 6,5 y 9 millones de visitantes respectivamente.

Una última observación la encontramos si analizamos la tasa de variación con respecto al año anterior (2016). Si nos fijamos bien, podemos ver que todas las comunidades han experimentado un aumento del número de turistas con respecto al 2016, excepto dos, que serían Aragón y La Rioja, con un 13% y un 17% menos de turistas, respectivamente, con respecto al año anterior. En cuanto a las regiones en las que aumentó el número de turistas, podríamos destacar el importante ascenso de Extremadura, que a pesar de no llegar al medio millón de visitantes, experimentó un aumento del 45% con respecto al año 2016. Galicia también ha experimentado un ascenso importante, con casi un 25%.

Con todo esto, podríamos concluir diciendo que las comunidades autónomas que más turistas reciben, son principalmente las comunidades del litoral, en contraposición a las comunidades del interior que la gran mayoría no supera el millón de visitantes.

La Figura 7 refleja lo expuesto en la Tabla 6 anteriormente analizada, donde se puede ver la distribución territorial por Comunidades Autónomas de llegadas de turistas internacionales en el año 2017.

Figura 7. Distribución territorial de llegadas de turistas internacionales, 2017.



Fuente: INE

Por otra parte, la Tabla 8 muestra los principales mercados emisores, es decir, el país de procedencia de los turistas que llegan a España en el año anterior.

Tabla 8. Llegadas de turistas internacionales según el país de origen, 2017.

	Dato base	% Variación anual
Alemania	11.888.019	6,06
Bélgica	2.475.208	7,54
Francia	11.250.278	-0,07
Irlanda	2.047.379	13,21
Italia	4.223.895	6,41
Países Bajos	3.670.240	9,4
Países Nórdicos	5.855.644	14,17
Portugal	2.129.000	6,65
Reino Unido	18.779.466	6,25
Rusia	1.145.848	14,06
Suiza	2.062.411	21,07
Resto de Europa	5.523.246	9,87
Estados Unidos	2.650.068	32,38
Resto América	3.235.718	25,8
Resto del Mundo	4.849.945	12,69
Total	81.786.364	8,59

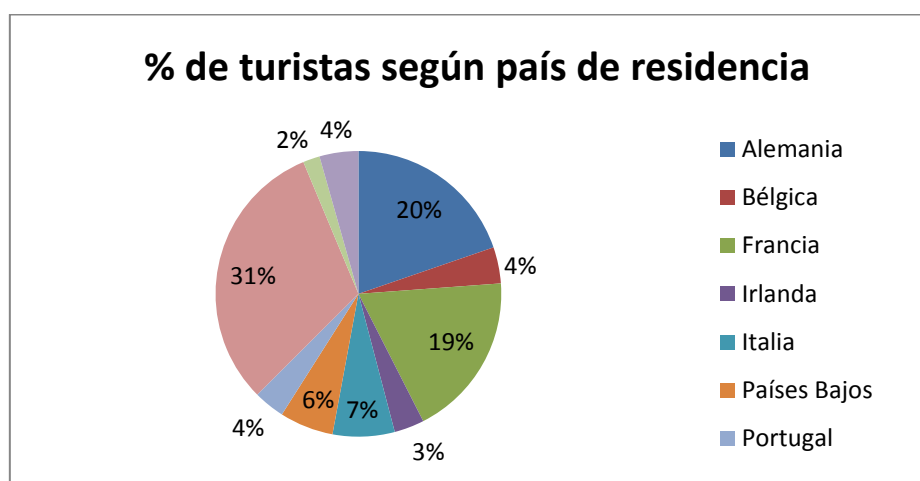
Fuente: INE.

Analizando la Tabla 8 podríamos empezar diciendo, como hicimos con la Tabla 6, los países que más y que menos turistas aportan a nuestro país. En este caso, la gran mayoría de turistas que llegan a nuestro país, proceden del Reino Unido, que aportó nada más y nada menos, que algo más de 18 millones de turistas, lo que supone un 6% más que el año anterior (2016). En el siguiente escalon tendríamos a Alemania y Francia, que aportan unos 11 millones de visitantes cada uno, aunque comparándolos con el año 2016, vemos que en el caso de Alemania, al igual que el Reino Unido, supuso un 6% más y en el caso de Francia se mantuvo prácticamente igual. En cuanto al resto de países (Bélgica, Irlanda, Italia, Portugal, Estados Unidos, etc.) aportan todos prácticamente lo mismo, entre 2 y 5 millones de turistas. El país del que menos turistas llegaron a España en 2017 fue Rusia, con poco más de un millón de visitantes rusos, esto podría deberse sobre todo a la lejanía con respecto a nuestro país. Hay que decir también que aumento un 14% más con respecto al año anterior.

Centrándonos un poco más en la tasa de variación anual, hay que destacar el importante aumento de llegada de turistas procedentes de Estados Unidos con respecto al año anterior, que sería del 32%, a pesar de no superar los 3 millones de visitantes. También destacar el caso de Suiza, que a pesar de ser un país pequeño, aportó en el 2017 unos 2 millones de turistas, un 21% más que el año anterior. Solo Francia experimentó un descenso, aunque no muy destacado (-0,07%), prácticamente nada.

La Figura 9 nos muestra lo analizado anteriormente, es decir, el porcentaje de turistas según el país de residencia, o mejor dicho, los principales mercados emisores de los que llegan los visitantes a España.

Figura 9. Llegadas de turistas internacionales según país de residencia, 2017.



Fuente: INE.

Por último, mirando esta Figura 9 podemos observar que se aprecia con mayor claridad lo que hemos dicho anteriormente, es decir, destacan países como Reino Unido, Alemania y Francia, que aportan a España un 31%, un 20% y un 19% de turistas respectivamente. Por lo demás, hay que decir que los demás países no llegan a superar el 10% de turistas.

4.4. Análisis DAFO.

El análisis DAFO es una forma de estudio de una situación competitiva, en este caso la situación de España (análisis externo) y de sus características internas (análisis interno), encargado de determinar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Este tipo de análisis surgió en EEUU a principios de la década de los años 70, por medio de Albert Humphrey, un Ingeniero Químico estadounidense.

El análisis DAFO nos ayudará a realizar las acciones que deberíamos llevar a cabo para aprovechar las oportunidades y a prepararnos contra las amenazas teniendo en cuenta nuestras fortalezas y debilidades.

Es la herramienta estratégica más utilizada para conocer la situación en la que realmente se encuentra el país. Su objetivo principal consiste en consolidar las fortalezas, minimizar las debilidades, aprovechar las ventajas que ofrecen las oportunidades y eliminar o reducir las amenazas.

Según la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), en este análisis DAFO de la situación actual de España, analizaremos sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades), que consistirán en:

- Análisis interno:

Fortalezas: elementos positivos que posee el país y que constituyen recursos necesarios y poderosos para lograr los objetivos.

Debilidades: elementos, habilidades o recursos que tiene el país y que constituyen inconvenientes que impiden lograr el buen camino del país.

- Análisis externo:

Oportunidades: factores o recursos que el país posee y que se pueden utilizar para conseguir lograr los objetivos propuestos.

Amenazas: factores ambientales externos que pueden llegar a afectar negativamente a España. Estos podrían ser políticos, económicos o tecnológicos.

4.4.1. Análisis interno.

Fortalezas

- Perteneciente a la zona euro.
- Aerolíneas con gran puntualidad.
- Alto nivel de seguridad ciudadana.
- Empresas turísticas con mucha tecnología.
- Líder en competitividad turística.
- El turismo genera mucho empleo.
- Posición geográfica de España y su clima.
- Destino de repetición para el visitante.
- Gran oferta de alojamiento y restauración.
- Buena dotación de las infraestructuras.
- Variada oferta cultural, de ocio, gastronomía, naturaleza...
- Internacionalización de las cadenas hoteleras españolas.
- Buena relación calidad-precio.
- Inmejorable calidad de las playas y su accesibilidad.
- Núcleos urbanos de interés turístico.

Debilidades

- El turismo no es una prioridad política.
- Falta de apoyo económico en los destinos turísticos.
- Poca coordinación de las administraciones públicas en materia turística.
- Escasa aplicación de las nuevas tecnologías a la gestión empresarial.
- Ausencia de planificación en el desarrollo turístico.
- Poca profesionalización en el trato al cliente y en idiomas.
- Falta de coordinación de la promoción de España y sus destinos turísticos.

- Elevada temporalidad y rotación del personal con salarios muy bajos.
- Débil posicionamiento de la marca España.
- Excesiva dependencia del turismo en el interior.
- Elevada estacionalidad.
- Gran dependencia de la demanda de Reino Unido, Alemania y Francia.
- Poca concienciación de la sociedad española sobre el turismo.
- Falta de mantenimiento de carreteras secundarias.
- Falta de un modelo de turismo sostenible.
- Deficiencias de los servicios de limpieza y mantenimiento de las vías públicas, ciudades y playas de las zonas turísticas.
- Aumento de las tarifas en los aeropuertos de España.
- Regulación muy estricta de la oferta turística.
- Oferta poco diferenciada y especializada.
- Escasez de establecimientos con distintivos de calidad.
- Existencia de destinos obsoletos que requieren una renovación.
- Desconocimiento de la oferta turística, con escasa visibilidad a nivel internacional de productos alternativos al sol y playa.

4.4.2. Análisis externo.

Oportunidades

- Impulsar una mayor intermodalidad de los medios de transporte.
- Aprobación de un pacto que ponga en valor el turismo como sector estratégico de la economía española.
- Mejorar la marca España en el exterior por medio de profesionales conocidos a nivel mundial.
- Incrementar la competitividad de España como destino.
- Integración del transporte en la oferta turística (paquetes).
- Mejorar la coordinación entre el sector público y privado.
- Mejorar el esfuerzo inversor de la Administración Pública.
- Elaboración de un plan de desestacionalización turística.
- Nueva oferta diferenciada y especializada, y puesta en valor de nuestro patrimonio cultural.
- Nuevos enlaces aéreos internacionales directos.

- Favorecer la incorporación de energías renovables en empresas del sector turístico.
- Liderar la posición de España como destino de turismo sostenible.
- Mayor utilización de Marketing estratégico.
- Se añaden nuevos mercados y mayor presencia en países BRICS.
- Impulsar de I+D+i adaptada a las necesidades de las empresas turísticas.
- Mayor demanda de turismo sostenible, responsable y saludable, demandado principalmente por los países nórdicos y de centro Europa.
- Incorporación de nuevas tecnologías.
- Recuperación de la economía española.
- Desarrollar destinos turísticos inteligentes, por medio de tecnología para la reserva.
- Demanda creciente de turismo de lujo y desarrollo de la clase media-alta.
- Formación de alta cualificación.
- Mejorar la empleabilidad y potenciar el talento y emprendimiento.
- Mejor utilización de la comercialización y comunicación online.

Amenazas

- Sostenibilidad energética de las empresas.
- Inestabilidad de la situación política actual en España.
- Diferentes actos terroristas ocasionados en el país.
- Aumento de la preocupación social por la sostenibilidad y el medioambiente.
- Descenso económico de la zona euro.
- Los turistas de los principales mercados emisores han reducido su gasto medio.
- Deterioro de la marca España por cuestiones de carácter político.
- Inestabilidad económica en los mercados exteriores.
- Dependencia de los factores externos.
- Incremento del precio del suelo.
- Aumento de reservas de última hora.
- Consecuencias negativas del Brexit.
- Aparición de nuevos destinos competidores europeos.
- Consolidación de la imagen de destino vinculado al “turismo de borrachera”.
- Degradación medioambiental de zonas turísticas.
- El “todo incluido” de los destinos competidores.

5. POLÍTICA TURÍSTICA DE ESPAÑA.

Según María Velasco González, la política turística se define como el conjunto de acciones o medidas llevadas a cabo por medio de la Administración Nacional de Turismo para sacarle el mayor beneficio posible a las actividades turísticas. Este conjunto de acciones o medidas pueden ser de carácter cultural, transportes, medioambientales, etc.

Entre los principales objetivos de esta política estaría el de mejorar el turismo receptivo para aplicar medidas como las campañas de marketing, devaluación de la moneda, mejorar la imagen del país y de todos sus productos.

Años atrás, esta política se centraba más por la cantidad, como aumentar el número de turistas que llegan al país, pero en los últimos años se persigue más la calidad, referida al gasto realizado en el país.

5.1. Competencias de las distintas administraciones.

5.1.1. Administración Local.

Las competencias de la Administración Local serían el abastecimiento de las infraestructuras, el mantenimiento de los distintos recursos turísticos, y servicios que no son turísticos pero tienen alguna relación con la actividad turística, como los centros de salud, el transporte público, limpieza de las infraestructuras, etc.

5.1.2. Administración Regional.

La Constitución Española afirma que las Comunidades Autónomas son independientes a la hora de gestionar, planificar y promocionar el turismo de todo el territorio que administran.

5.1.3. Administración General del Estado.

Esta administración se encarga de llevar a cabo objetivos económicos y gestionar leyes, gastos en las diferentes infraestructuras y articular los Planes de Turismo. Su objetivo principal es atraer el mayor número de visitantes posible, y persigue la calidad, referida al gasto que realizan en el país. La promoción de España en el exterior y la coordinación de las demás administraciones estarían dentro de sus competencias.

Será la Secretaria de Estado de Turismo la que llevará a cabo las Políticas Turísticas, todo ello con la ayuda de instituciones como: TURESPAÑA, como Organismo Autónomo, SEGITUR y PARADORES, como empresas públicas.

5.2. Organización Administrativa del turismo español (Fases).

Fue en 1905, cuando se inicia la organización del turismo en España. Aunque el inicio de la Política Turística coincide exactamente con el despegue del turismo en España. Sería en 1951, cuando se crea el Ministerio de Información y Turismo. Anteriormente habían existido otros organismos públicos menos importantes relacionados con el turismo.

A lo largo del siglo XX, la Política Turística ha experimentado numerosos cambios hasta llegar a ajustarse a la realidad turística de España. Los 50 años que llevamos de Política Turística han dado lugar a un elemento de acción pública, un gran conocimiento y la profesionalización del sector turístico.

Esto ha dado lugar a que María Velasco González en su artículo clasifique esta Política Turística en diferentes etapas, respondiendo cada una de ellas a las diferentes modificaciones en las decisiones públicas:

5.2.1. Fase inicial (1951-1962).

Es en esta etapa cuando se crea el Ministerio de Información y Turismo, en 1951, encabezado por Manuel Fraga. Sus objetivos eran aumentar el número de visitantes que llegan al país y aumentar las facilidades.

El sector público se encargaba de promocionar al país fuera de sus fronteras, desarrollar distintas actividades turísticas, mejorar y crear infraestructuras, fomentar la movilidad dentro de España, etc.

También hay quien afirma que esta etapa coincide con una situación muy difícil, ya que surge después de la II Guerra Mundial.

En 1953 se desarrolla el Plan Nacional de Turismo.

5.2.2. Fase de desarrollo (1962-1974).

Esta etapa comienza con la emisión de un informe, por medio del Banco Mundial, llamado “El desarrollo económico de España”, en el cual se podía apreciar la importancia que tenía el turismo en nuestro país como motor de la economía española.

Este informe pretendía llevar a cabo una serie de medidas para que el turismo español generase capital. Entre las más destacadas estarían: mejorar el Ministerio de Información y Turismo, apoyar a las empresas turísticas y mejorar la formación de los trabajadores.

El sector público seguirá manteniendo sus funciones, lo que provoca cumplir todos los objetivos previstos y convertir a España en un destino principal para los turistas, motivados sobre todo por el nuevo modelo turístico de “sol y playa”, que más adelante conllevará una serie de problemas.

5.2.3. Fase de modernización (1974-1982).

En esta etapa se producen tres situaciones políticas como son, el final de la dictadura franquista, la transición española y el inicio de la democracia, quedando el turismo en un segundo plano.

El principal objetivo del Estado fue poner una serie de límites, para controlar el crecimiento masivo de turismo que se estaba produciendo, y los numerosos problemas que estaba ocasionando el turismo de “sol y playa”.

5.2.4. Fase de adaptación institucional (1982-1991).

Esta etapa se caracteriza por la creación del Estado de las Autonomías que se encarga de que las competencias antes dirigidas por el Estado Central, pasen ahora a manos de las Comunidades. También destacar la llegada al gobierno del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

Empiezan a aparecer programas como el “IMSERSO”, para controlar principalmente la llegada de turistas al país y evitar la concentración.

En 1984 aparece un organismo conocido como TURESPAÑA, por medio del Ministerio de Turismo, encargado de la promoción de España como destino turístico.

5.2.5. Fase de innovación (1991-1996).

En esta fase el turismo empieza a considerarse como un sector industrial más. Persigue una serie de objetivos como por ejemplo, promocionar el país fuera de sus fronteras, proteger al turista, imponer ayudas al sector y coordinar las administraciones.

En definitiva, se producen cambios en los objetivos propuestos: se pretende mejorar la competitividad, modernizar las infraestructuras y diversificar la oferta turística para que sea de mayor calidad.

Es esta fase donde se crean los dos planes FUTURES, que veremos a continuación en el siguiente epígrafe.

5.2.6. Fase de cooperación (1996-2004).

En esta fase se mantienen los objetivos de la fase de innovación, aunque se añaden dos nuevos: la búsqueda de nuevos mercados donde comercializar y se protegen las pequeñas y medianas empresas que tengan relación con el turismo.

La etapa coincide con las dos legislaturas del Gobierno del PP. Con el nuevo gobierno y recién aprobado “Futuros II”, se crea el “Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE), que analizaremos más adelante.

5.2.7. Fase de la crisis (2007-2011).

Esta fase coincide con la gran crisis económica en la que entra España. Como consecuencia, se crea el Plan Horizonte 2020 con el objetivo de mejorar la calidad turística, para intentar promover la llegada de turistas extranjeros, aunque con la crisis es muy difícil cumplir los objetivos propuestos. Con todo esto, se produce un cambio de gobierno que plantea el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT).

5.3. Planes de Turismo.

Según María Velasco González, a finales de la década de 1980, la Secretaria General del Estado realizó un análisis y diagnóstico del sector turístico español, el cual contaba con la colaboración de las consultorías turísticas más prestigiosas del país, de los Sindicatos y de la Confederación Española de organizaciones Empresariales.

Este análisis aparecía recogido en el Libro Blanco del Turismo Español, en el cual se encontraban los datos del sector turístico español hasta el año 1989. Se analizaban los problemas y retos que presentaba el turismo español, sus puntos fuertes y débiles, y los pasos a seguir para sacar el mayor beneficio posible al turismo del país.

El Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicación, en el año 1988, se vio obligado a proponer nuevos cambios en la oferta turística del país, debido a los recientes cambios producidos en la demanda turística.

Tabla 1. Planes Turísticos, 1992-2015.

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

Fuente: Elaboración propia.

5.3.1. FUTURES I (1992-1995).

En 1992, se crea y se pone en marcha el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, con el objetivo de llevar a cabo estrategias para que el turismo del país se consolidara como sector económico y fuera capaz de competir con los mercados internacionales adaptándose a consumidores cada vez más exigentes, ante la bajada de la rentabilidad del producto turístico en los años 80, que produjo un desequilibrio entre la oferta y la demanda.

Según la Secretaría General de Turismo, el Plan ha ayudado a la mejora de la competitividad de la industria turística de España, introduciendo calidad e innovación al sector.

A través del organismo público conocido como “Turespaña”, se pensó la necesidad de llevar a cabo una estrategia que facilitase la puesta en marcha de diferentes iniciativas para mejorar la calidad de los destinos turísticos.

Los objetivos del Plan se agruparon en tres conceptos:

- Objetivos con fines sociales: mejorar la calidad turística, para aumentar el nivel de satisfacción y bienestar de los turistas; mejorar el entorno informativo en el que se mueven los turistas, y por último, potenciar la cualificación y formación del turismo.

- Objetivos relacionados con fines económicos: mejora del I+D de las empresas turísticas, del capital humano, la promoción y comercialización y las infraestructuras; diversificación de la oferta y modernización de la industria turística.
- Objetivos con fines medioambientales: revalorización del patrimonio histórico de uso turístico; desarrollo y recuperación de tradiciones culturales que tengan relación con el turismo, y por último, conservación del entorno natural y urbano.

5.3.2. FUTURES II (1996-1999).

Este Segundo Plan Marco de Competitividad del Turismo Español mantiene las estrategias y líneas de actuación del antiguo Plan (Futures I), debido a la mejora de la competitividad turística y la situación económica del país.

Era un Plan más realista y más consciente de las fronteras competenciales, por lo que se buscaba lograr la reactivación económica potenciando nuevos destinos turísticos, y así recuperar y consolidar la supremacía española en el sector. Se intentaba buscar la calidad, en lugar de competitividad.

Con este propósito se desarrollan 8 planes, 2 de los cuales tienen como destinatario a las diferentes administraciones públicas que trabajan para el sector turístico. Otros 3 planes van destinados a mejorar las diferentes empresas turísticas; y por último, los 3 que faltan buscan fortalecer y diversificar la oferta turística del país como objetivo principal.

5.3.3. PICTE: Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006).

En el año 1999, España era el segundo país más visitado del mundo, produciendo más del 11% de la riqueza total del país.

Fue en ese mismo año cuando se aprobó este Plan de Calidad Turística Española, el cual sustituye a los anteriores Planes Futures. Como ya apuntaba el anterior plan, el concepto básico era el de la competitividad, pero una vez que el sector recupera su posición, se

pretende sustituir ese concepto básico por el de calidad y cooperación, y con ello mejorar la oferta y la imagen en los mercados emisores.

El Plan plantea 4 programas que mantienen relación con la idea de calidad. También se pretende la potenciación de la Administración Central a la hora de comercializar el producto turístico español y dar mayor apoyo al conocimiento turístico. Por último, mediante la cooperación española se pretende el desarrollo turístico de países en vías de desarrollo.

5.3.4. Plan Horizonte 2020 (2008-2020).

Según el artículo elaborado por la Junta de Andalucía, lo que se busca con el Plan Horizonte 2020 es lograr que el sistema turístico español sea más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social. Se trata de una iniciativa del Ministerio de Turismo, que fija como referencia para conseguir el cambio, el año 2020.

Entre sus objetivos más importantes estarían: aumentar los beneficios económicos y sociales del turismo español; lograr una mejora de la calidad del entorno natural y cultural, reduciendo para ello los impactos sobre el medioambiente; y por último, conseguir un equilibrio social y territorial que de impulso al turismo en nuevos destinos. Fue un plan elaborado por medio del Sector Privado y el Sector Público.

Se trata por tanto de aumentar la conciencia de la sociedad y de las Administraciones Públicas sobre la importancia de ayudar al turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida, a pesar de contar con una poderosa competencia internacional, utilización de las nuevas tecnologías y nuevas formas de comercialización.

En este ámbito, se ha diseñado el Plan del Turismo Español 08-12, que sirve de empuje para conseguir los objetivos marcados del Turismo 2020, y con ello impulsar al sector turístico español a lograr alcanzar las metas fijadas.

Por último, habría que decir que una de sus líneas de actuación más importante es que está orientado a la sostenibilidad del modelo turístico español. Para ello cuenta con un “Plan Renove”, que consiste en renovar los antiguos destinos turísticos del litoral e interior de las

islas; y un “Plan en Destino”, que trata de otorgar ayudas a determinados destinos para mejorar el turismo de la zona.

5.3.5. Plan Nacional e Integral de Turismo (2012-2015).

A causa de la crisis que inundó España en el año 2008, en el 2011 el Partido Popular, que por aquel entonces gobernaba en España, al ver que el Plan Horizonte 2020 era demasiado complejo, lo paralizó y decidió plantear un nuevo plan, conocido como Plan Nacional e Integral de Turismo. Este plan seguirá los pasos de los anteriores, por medio de unos objetivos y líneas de actuación fijados tras hacer un análisis y diagnóstico de la situación. Estos objetivos no serán tan modernos como los anteriores, pero si más factibles y fáciles de poner en práctica.

Lo que quiere conseguir este Plan es convertir a España en un destino fuertemente competitivo a nivel mundial, renovando el liderazgo mundial del país de cara a las próximas décadas y permitiendo a los agentes económicos recuperar la rentabilidad perdida por medio de inversión y creación de empleo, y así contribuir a la generación de riqueza, empleo y bienestar social.

6. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN ESPAÑA.

6.1. La demanda turística en España.

La decisión que toma una persona o un grupo de personas de viajar o no, depende de diversos elementos y factores, ya sean económicos, psicológicos, sociológicos... Por tanto, al estudiar el turismo, no solo debemos fijarnos en los datos numéricos, sino también en las decisiones que toman estos grupos de personas, así como su tiempo libre, tiempo de ocio y el tiempo de trabajo de cada uno.

6.1.1. Turismo receptor.

Como ya hemos dicho anteriormente, la llegada de turistas a nuestro país no deja de aumentar año tras año. En 2013, España ya recibía más de 62 millones de personas, para 2015 las cifras llegaron a los 68 millones y en 2017 ya se batieron todos los record, recibiendo nada más y nada menos que más de 82 millones de turistas extranjeros. Según datos del INE, en la primera mitad del 2018, es decir el periodo que comprende los meses entre enero y mayo, la cifra de entrada de turistas internacionales marcaba un nuevo record, con 28,6 millones de turistas. Esta cifra supone un aumento del 2% con respecto al año 2017. El gasto total que los turistas han dejado en este mismo periodo es de un total de 29.550 millones de euros, lo que supone un 4,1% más que el año anterior. El gasto medio por turista en el mes de mayo fue de 1.009 euros.

España actualmente se encuentra en la tercera posición en el ranking mundial y segunda de Europa que más turistas recibió, por detrás de Francia y Estados Unidos. Los países que más turistas internacionales aportan a nuestro país serían Reino Unido, Alemania y Francia. Es más, de estos tres países europeos provenía poco más de la mitad de todos los turistas que en 2017 llegaron a España.

En cuanto a los destinos preferidos por estos turistas, destacan Cataluña, Islas Baleares e Islas Canarias. Como en el dato anterior, entre estas tres comunidades autónomas suman más de la mitad de todos los turistas que llegaron al país en ese año. Por detrás de estas

comunidades autónomas quedarían Andalucía, Comunidad Valenciana y la Comunidad de Madrid.

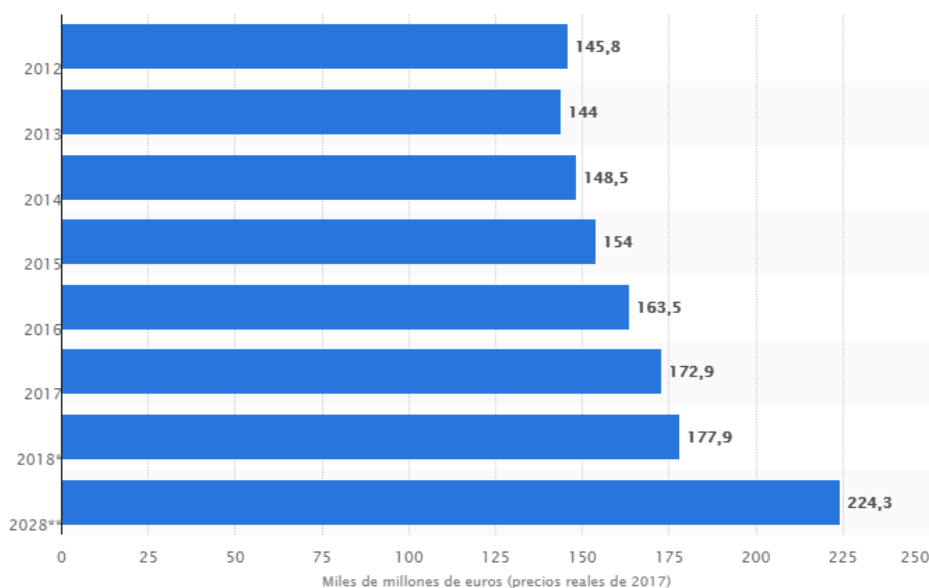
Si nos fijamos en la Figura 1, la aportación total al PIB del turismo español en el año 2017 llegó a aportar 172.900 millones de euros a la economía del país, es decir un 5,7% más que el año anterior. Estas cifras tienen relación con el gasto que los turistas extranjeros dejaron durante sus viajes a España, que llegó a superar los 87.000 millones de euros. Gloria Guevara, la presidenta del WTTC (Consejo Mundial de Viajes y Turismo), indicó que el 2017 fue un año excelente en lo que a turismo se refiere, además prevé que la aportación del turismo al PIB español aumente un 2,9% y un 2,3% de media anual hasta 2028.

En lo que a empleo se refiere, el 4,9% de los puestos de trabajo (930.500) correspondieron al sector turístico.

Según Guevara, la evolución positiva que está experimentando el turismo español se debe a la combinación de un conjunto de factores, como las magníficas conexiones de transporte, la calidad de la oferta la colaboración entre las administraciones públicas y privadas, y la experiencia del sector.

En la Figura 1 se muestra la evolución del producto interior bruto del sector turístico en España entre 2012 y 2028 (en miles de millones de euros).

Figura 1. Evolución del producto interior bruto en España, 2012-2028*.



Fuente: Statista.com

La Figura 1 presenta la evolución anual del producto interior bruto del sector turístico en España entre el año 2012 y el 2028. Podemos observar en este periodo de tiempo que fue el 2013 el año más bajo en cuanto a aportación del sector turístico al PIB español, con un total de 144.000 millones de euros. En 2017, la aportación total se acercó a los 173.000 millones. Para este año 2018 se estima que la cifra se acerque a los 178.000 millones de euros, es decir, unos 5.000 millones más con respecto al año anterior. Por último, se prevé que para el año 2028, es decir, dentro de diez años, un aumento de más de 45.000 millones de euros, llegando a un total de 224.300 millones.

Destino.

Analizando los datos del año 2017 por comunidades autónomas, vemos que los destinos preferidos por los turistas internacionales son Cataluña, Islas Canarias e Islas Baleares en un primer escalón, seguidos de Andalucía, Comunidad Valenciana y la Comunidad de Madrid. Estas seis comunidades autónomas acogen el 91% de los turistas internacionales que llegan a nuestro país. La tabla que recoge todos estos datos fue explicada anteriormente en el epígrafe “Principales destinos españoles”.

En cuanto al año 2018, en la Tabla 2 analizaremos que comunidad autónoma eligen los turistas como destino principal para sus vacaciones, en el periodo que comprende los meses de enero hasta julio de este año.

Tabla 2. Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal en los meses de Enero-Julio, año 2018.

Año 2018	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Andalucía	539.516	582.686	784.910	1.042.404	1.197.159	1.168.936	1.325.995
Islas Baleares	119.418	152.388	401.356	930.688	1.708.008	2.121.369	2.431.315
Canarias	1.183.811	1.192.844	1.347.620	1.102.716	967.162	1.001.439	1.120.219
Cataluña	862.872	1.016.409	1.213.441	1.561.979	1.874.676	2.090.369	2.385.684
Comunidad Valenciana	448.606	448.928	618.406	770.745	913.713	901.893	1.133.413
Comunidad de Madrid	530.646	486.061	559.298	630.846	658.319	602.037	618.582
Otras CC.AA	425.268	345.509	458.656	731.467	765.135	655.138	964.570
Total	4.110.137	4.224.826	5.383.687	6.770.845	8.084.173	8.541.181	9.979.779

Fuente: INE.

Según datos del INE, en la Tabla 2 podemos ver las principales comunidades autónomas que los turistas internacionales eligen como destino principal. Si nos fijamos bien,

podemos apreciar que todas las comunidades aumentan de manera progresiva sus cifras a medida que va avanzando el año. Solo encontramos una excepción, y es en el caso de las Islas Canarias, que a pesar de ser una de las comunidades más visitadas de España, empezó el año aumentando la llegada de turistas hasta marzo, pero a partir de ahí sufrió un descenso, manteniéndose en el millón de visitantes. Destacar que solo en el mes de mayo estuvo por debajo de ese millón.

Otro dato que también llama bastante la atención, es el contraste de afluencia de turistas extranjeros en las Islas Baleares durante los meses de invierno y los de verano. En invierno las cifras están sobre los cien mil turistas y conforme se va acercando el verano, estas cifras empiezan a aumentar a un ritmo muy notable, hasta llegar a los casi 2,5 millones de turistas en el mes de Julio, colocándose ese mismo mes como el destino preferido por los turistas internacionales, incluso por delante de Cataluña, que es la comunidad autónoma más visitada de España.

Si nos fijamos en el total de turistas que llegaron a nuestro país en este inicio del 2018, podemos ver la diferencia entre el mes de enero y el mes de julio. En enero las cifras rondan los 4 millones de visitantes, mientras que en julio son casi 10 millones de turistas los que nos visitan, es decir en tan solo medio año el número de visitantes que llega a España aumenta casi 6 millones.

Por último, según los últimos datos del INE, que como hemos dicho son de julio de 2018, el total de turistas internacionales que hasta ese mismo mes han visitado nuestro país es de 47,1 millones.

Origen.

En cuanto al país de procedencia de los turistas internacionales que llegan a nuestro país, hay que decir que según datos del INE del año 2017, e incluso de la primera mitad del 2018, Reino Unido, Francia y Alemania son los principales países emisores, que representan más del 50% del total de visitantes.

En la Tabla 3 analizaremos el número de turistas que llegan a España según el país de residencia en el periodo que comprende los meses de enero a julio del 2018.

Tabla 3. Número de turistas según país de residencia en el periodo de enero a julio del 2018.

Año 2018	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Alemania	502.298	532.636	819.714	914.849	1.169.122	1.217.010	1.299.468
Bélgica	131.415	123.921	152.461	248.301	213.646	227.119	395.524
Francia	491.551	549.654	650.445	1.074.194	1.155.138	902.620	1.379.983
Irlanda	80.243	86.177	119.215	164.823	231.323	267.577	264.341
Italia	258.054	233.815	280.550	346.295	337.163	421.091	484.573
Países Bajos	160.742	171.390	225.075	322.676	447.869	405.567	535.428
Países Nórdicos	427.665	419.294	504.217	460.548	483.001	518.340	758.225
Portugal	116.356	144.482	150.943	202.543	161.098	200.347	261.866
Reino Unido	799.475	865.316	1.185.824	1.429.766	1.984.847	2.162.747	2.197.611
Rusia	66.971	48.745	55.476	72.731	91.112	171.305	175.009
Resto de Europa	331.871	330.635	367.786	443.133	548.630	656.932	724.129
Estados Unidos	119.451	109.371	207.191	232.258	317.814	390.751	357.177
Resto del Mundo	291.375	315.313	327.129	417.755	397.451	511.438	514.171
Total	4.110.137	4.224.826	5.383.687	6.770.845	8.084.173	8.541.181	9.979.779

Fuente: INE.

Según estos datos del INE, a simple vista podemos ver en la Tabla 3 cuáles son los principales países emisores de turistas, que como hemos dicho con anterioridad son Reino Unido, Alemania y Francia, aunque en el caso de Reino Unido y Alemania se ha producido un descenso en el número de turistas llegados al país con respecto al año 2017. En los meses de verano Reino Unido se mantiene sobre los 2 millones de turistas.

Destaca el aumento del número de visitantes que llegan desde Estados Unidos, que sería un 9,8% más que el año anterior. En cuanto a Rusia, las cifras son muy bajas, esto es debido a su lejanía con respecto a España.

Gasto total.

Según la encuesta de Egatur (Encuesta de Gasto Turístico), durante el año 2017, los turistas extranjeros que visitaron España gastaron 87.000 millones de euros, lo que supone un aumento del 12,3% con respecto al año 2016.

Reino Unido fue el país con mayor gasto turístico, con un total de 17.489 millones de euros, lo que supone un 20,1% del total y un 8,6% más que el año anterior. Detrás de los británicos, están los alemanes, con un gasto total de 12.233 millones de euros, el 14,1% del total y un aumento del 10,2%. Por último, tenemos a Francia con 7.052 millones de euros, el 8,1% del gasto total y con un crecimiento del 4%. Destacan los países nórdicos, que tuvieron un gasto turístico similar al de los franceses, con 6.982 millones de euros, lo que supuso un aumento del 16,4% respecto al 2016 (Tabla 4).

En la Tabla 4 mostraremos los datos que acabamos de analizar sobre el gasto turístico según el país de residencia en el año 2017.

Tabla 4. Gasto de los turistas internacionales según país de residencia, Año 2017.

2017	Dato base	Tasa de variación anual
Alemania	12.233,43	10,23
Francia	7.052,36	4,08
Países Nórdicos	6.982,38	16,43
Reino Unido	17.489,39	8,61
Total	87.003,93	12,39

Fuente: INE.

En cuanto a la primera mitad del 2018, el Reino Unido fue el país con mayor gasto turístico, con un 19,8% del total, seguido de Alemania con un 13,4% y los países nórdicos, que serían Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia, un 8,6% del total (Tabla 5).

Tabla 5. Gasto de los turistas internacionales por meses en la primera mitad de 2018.

2018	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Reino Unido	754,07	792,54	1.087,81	1.227,01	1.799,14	2.032,72	2.372,63
Países Nórdicos	547,68	504,7	633,04	554,69	548,26	551,31	1.020,18
Resto del Mundo	2.190,57	2.174,71	2.555,32	3.164,11	3.742,31	4.662,74	5.494,12
Alemania	540,91	538,45	855,37	895,77	1.143,88	1.233,22	1.432,24
Francia	288,84	324,86	391,02	598,42	700,95	612,13	991,02
Italia	179,41	172,06	204,04	218,94	220,67	302,39	436,91
Total	4.501,47	4.507,33	5.726,60	6.658,94	8.155,20	9.394,51	11.747,11

Fuente: INE.

Si sumamos el gasto total de cada mes, la cifra llega a superar los 50.000 millones de euros (Tabla 5). Una cifra que no está nada mal si tenemos en cuenta que solamente se refiere a la mitad del año y si la comparamos con los 87.000 millones de gasto turístico que hubo en todo el 2017.

Gasto medio.

En la Tabla 6 se muestra el gasto de los turistas internacionales de los principales países emisores. Si comparamos el gasto medio por turista entre el año 2016 y el año 2017, podemos ver que no hay grandes diferencias entre un año y otro, pero si un pequeño aumento del gasto medio en 2017 con respecto al 2016, es decir un 3,4% más.

Entre los países europeos, son los alemanes los que tienen mayor gasto medio, unos 1028 euros y unos 124 euros por día. Frente a estos están los portugueses, que tuvieron en 2017 un gasto medio de 381 euros. Esto podría deberse a que al tratarse de países vecinos, sus vacaciones suelen ser menos duraderas.

Llama la atención las cifras de Estados Unidos, con un gasto medio por turista de 1.799 euros y un gasto medio diario de 246 euros en el año 2017. A pesar de ser unas cifras altas, han descendido un 5,5% con respecto a 2016.

Por otro lado, Reino Unido que es el país del que más turistas llegan a España, tiene un gasto medio más bajo que Alemania, con unos 930 euros de media en el año anterior.

Tabla 6. Gasto medio y diario por persona de los turistas internacionales de los principales países emisores. Año 2016-2017.

	2016		2017	
	Gasto medio por persona	Gasto medio diario por persona	Gasto medio por persona	Gasto medio diario por persona
Alemania	990	119	1.028	124
Francia	602	85	626	87
Países Nórdicos	1.169	134	1.198	139
Portugal	435	100	381	108
Reino Unido	911	114	930	120
Estados Unidos	1.904	234	1.799	246
Total	1.028	130	1.063	137

Fuente: INE.

Estacionalidad.

En cuanto a la estacionalidad, los últimos datos que tenemos son del año 2016. Los meses de mayor afluencia de turistas internacionales son julio, agosto y septiembre, los que supone el 37% del total de turistas recibidos durante el año, aunque esta tendencia ha ido disminuyendo año tras año por el fomento de nuevos tipos de turismo (Figura 7).

Figura 7. Estacionalidad turística. Año 2016.

ESTACIONALIDAD



Fuente: INE.

Vía de acceso.

Según el INE, el transporte más utilizado por los turistas internacionales para llegar a España por motivos vacacionales, es el avión. En el año 2017, 66,6 millones de turistas llegaron por la vía aérea, lo que supone un 81,4% del total de turistas, con un aumento del 8,7% con respecto al 2016, mientras que por carretera llegaron 12,8 millones, que equivale al 15,6%.

En cuanto al año 2018, los últimos datos que recoge el INE son del mes de julio. De un total de 9,9 millones de turistas internacionales, llegaron a España por la vía aérea 7,9 millones, lo que supone el 79,9% del total. Mientras que por carretera llegaron 1,7 millones de turistas (17,1% del total). (Tabla 8).

En la Tabla 8 se muestra el número de turistas llegados a España en Julio de 2018 según vía de acceso.

Tabla 8. Número de turistas según vía de acceso. Julio 2018.

Julio 2018	Dato base	Tasa de variación anual
Aeropuerto	7.978.994	-3,34
Carretera	1.750.424	-13,36
Puerto	189.552	21,99
Tren	60.810	-3,65
Total	9.979.779	-4,9

Fuente: INE.

Tipo de alojamiento.

En cuanto al tipo de alojamiento utilizado por los turistas, de 9,9 millones de visitantes en Julio de 2018, 8,2 millones utilizan el alojamiento de mercado como modo de alojamiento principal, es decir el 82,8% del total. Dentro de este tipo, el alojamiento hotelero es el principal, por delante de la vivienda en alquiler, utilizado por 6,2 millones de turistas.

Por otra parte, el alojamiento de no mercado fue utilizado por 1,7 millones de turistas, lo que equivale al 17,2% del total. Dentro de este tipo, los turistas están repartidos entre viviendas en propiedad o viviendas de familiares y amigos.

Por último, llama la atención el descenso en todos los tipos de alojamiento, con respecto al mes de julio del año anterior, sobre todo en los alojamientos de no mercado (Tabla 9).

Tabla 9. Número de turistas según el tipo de alojamiento principal. Julio 2018.

Julio 2018	Dato base	Tasa de variación anual
De mercado	8.240.303	-2,68
Hotelero	6.243.239	-0,95
Vivienda en alquiler	1.368.030	-7,64
Resto de mercado	629.035	-7,89
No de mercado	1.739.476	-14,15
Vivienda en propiedad	564.260	-7,92
Vivienda de familiares o amigos	1.056.182	-13,07
Resto de no mercado	119.034	-40,01
Total	9.979.779	-4,9

Fuente: INE.

Motivo del viaje.

El motivo principal de los turistas internacionales en sus viajes a España en el año 2017, fue por ocio, recreo y vacaciones, lo que supuso la llegada de 71 millones de turistas, es decir el 86,7% del total, con un crecimiento anual del 10,5%, con respecto al 2016. De ese 86,7% de turistas que vienen por ocio y vacaciones, solo el 22% lo hace por otro motivo que no sean el “sol y playa”.

En cuanto a los últimos datos recogidos por el INE, en Julio de 2018, 9 millones de turistas llegaron por motivos de ocio, recreo y vacaciones, es decir casi un 91% del total de turistas llegados a España en ese mes. El resto viajaron por negocio, motivos profesionales u otros (Tabla 10).

Tabla 10. Número de turistas según el motivo principal del viaje. Julio 2018.

Julio 2018	Dato base	Tasa de variación anual
Ocio, recreo y vacaciones	9.029.344	-4,23
Negocio, motivos profesionales	338.050	-4,81
Otros motivos	612.384	-13,79
Total	9.979.779	-4,9

Fuente: INE.

Organización del viaje.

En el año 2017, solo el 29,3% de los turistas que llegan a España vienen con paquete turístico, frente al 70,7% restante que llegan a través de internet (Tabla 11).

En cuanto a Julio del 2018, solo 2,8 millones de turistas llegan al país con paquete turístico, lo que equivale al 28,2%, frente a los 7,1 millones que llegan sin paquete turístico (Tabla 11).

Tabla 11. Número de turistas según la forma de organización del viaje. Año 2017 y Julio 2018.

	2017	Julio 2018
	Dato base	
Sin paquete turístico	57.822.800	7.152.512
Con paquete turístico	24.045.722	2.827.267
Total	81.868.522	9.979.779

Fuente: INE.

6.1.2. Turismo nacional.

Según los datos del INE, en el año 2017 los residentes españoles realizaron 193,6 millones de viajes, lo que supuso un aumento del 6,4% con respecto al 2016. En cuanto al destino de estos viajes, el 91,1% se realizaron dentro del país, mientras que solo el 8,9% fue en el extranjero.

El motivo principal del viaje es el de ocio, recreo y vacaciones, con poco más de 98 millones de viajes, lo que representa un 50,6% del total. En un segundo escalón estarían los viajes por visitas a familiares o amigos, con un 36,2%. Más abajo encontramos viajes de negocios y otros motivos.

En el tipo de alojamiento, la mayor parte de los residentes españoles prefirieron viviendas de familiares o amigos, un total de 83,6 millones de viajes, lo que supone el 43,2%. Solo el 22,1% se decantó por el alojamiento hotelero (Tabla 12).

Tabla 12. Número de viajes de residentes españoles según tipo de destino, motivo y alojamiento, Año 2017.

Año 2017	Viajes	
	Total	%
Total	193.689.289	100
TIPO DE DESTINO		
Extranjero	17.289.487	8,9
España	176.399.801	91,1
Dentro de C. Autónoma	92.810.626	47,9
A otra C. Autónoma	83.589.175	43,2
MOTIVO		
Ocio, recreo y vacaciones	98.093.815	50,6
Visitas a familiares o amigos	70.070.929	36,2
Negocios y otros motivos profesionales	16.221.439	8,4
Otros motivos	9.303.105	4,8
ALOJAMIENTO		
Hotelero	42.750.666	22,1
Vivienda en alquiler	13.426.841	6,9
Resto de mercado	15.068.607	7,8
Vivienda en propiedad	36.990.748	19,1
Vivienda de familiares o amigos	83.626.404	43,2
Resto de no mercado	1.826.022	0,9

Fuente: INE.

En 2017, según el INE, Andalucía es la Comunidad Autónoma que tiene mayor afluencia de turistas nacionales, con 32,5 millones de viajes, lo que supone un 16,8%. Por detrás estaría Cataluña, con un 13%, seguida de la Comunidad Valenciana (9,6%) y Castilla y León (9%).

Por otro lado, La Rioja es la Comunidad Autónoma que menos visitas recibe, con un total de 1,7 millones de visitas, lo que representa el 0,9%. A esta le acompañan Navarra, con un 1,5% y las Islas Baleares, con un 1,7% (Tabla 13).

Tabla 13. Número de turistas nacionales según Comunidad Autónoma de destino principal, Año 2017.

Año 2017	Viajes	
	Total	%
Total	193.689.289	100
Extranjero	17.289.487	8,9
Andalucía	32.589.227	16,8
Aragón	8.087.891	4,2
Asturias	4.813.351	2,5
Islas Baleares	3.352.137	1,7
Canarias	6.267.175	3,2
Cantabria	4.627.295	2,4
Castilla y León	17.518.646	9
Castilla - La Mancha	12.872.481	6,6
Cataluña	25.227.941	13
Comunidad Valenciana	18.540.291	9,6
Extremadura	5.169.183	2,7
Galicia	10.287.583	5,3
Madrid	13.478.592	7
Murcia	4.177.476	2,2
Navarra	2.927.216	1,5
País Vasco	4.651.131	2,4
La Rioja	1.701.644	0,9

Fuente: INE.

Turismo nacional por trimestres.

A) Primer trimestre año 2018 (enero/febrero/marzo).

En el primer trimestre de este año 2018, se llevaron a cabo un total de 40,7 millones de viajes. En cuanto al destino elegido por los residentes españoles para realizar estos viajes el 91% fue dentro del país, mientras que el 9% restante fue en el extranjero.

Centrándonos en el motivo principal del viaje, vemos que queda repartido entre ocio, recreo y vacaciones y visitas a familiares o amigos, con un 42,7% y un 40,5% respectivamente. El motivo de los viajes de visitas a familiares o amigos es alto debido a que el primer trimestre coincide con una parte de las fiestas de Navidad y con la Semana Santa, eso hace que esa cifra sea mayor en este trimestre respecto a los demás.

Por último, entre los principales destinos visitados en este trimestre, destaca Andalucía con un 16,6%. En segundo lugar estaría Cataluña (12,5%), seguida de Castilla y León con un 10%. Estas tres Comunidades Autónomas abarcan casi el 40% del total (Tabla 14).

Tabla 14. Número de turistas nacionales según el tipo de destino, motivo y principal destino, Primer Trimestre 2018.

PRIMER TRIMESTRE 2018	Viajes	
	Total	%
Total	40.743.696	100
TIPO DE DESTINO		
Extranjero	3.675.065	9
España	37.068.632	91
Dentro de la C. Autónoma	21.202.014	52
A otra C. Autónoma	15.866.618	38,9
MOTIVO		
Ocio, recreo y vacaciones	17.388.311	42,7
Visitas a familiares o amigos	16.496.594	40,5
Negocios y otros motivos profesionales	4.200.267	10,3
Otros motivos	2.658.524	6,5
PRINCIPALES DESTINOS		
Extranjero	3.675.065	9
Andalucía	6.746.689	16,6
Castilla y León	4.071.331	10
Castilla - La Mancha	2.423.753	5,9
Cataluña	5.096.506	12,5
Comunidad Valenciana	3.528.430	8,7
Galicia	2.234.123	5,5
Madrid	3.446.535	8,5

Fuente: INE.

6.2. La oferta turística de España.

España cada año bate un nuevo record del número de visitantes extranjeros que llega al país. Según el INE, en el 2017 fueron más de 82 millones de turistas los que vinieron a España. En lo que va de 2018, estas cifras ya superan los 47,1 millones de visitantes extranjeros.

6.2.1. Competitividad turística.

Según el Foro Económico Mundial, España lleva dos años consecutivos como líder del ranking mundial en competitividad turística, por delante de Francia y Alemania. Estos tres países se encuentran en estas posiciones debido a sus recursos naturales y culturales y a las notables infraestructuras y servicios de alojamiento. El éxito de España se debe sobre todo a su oferta de recursos naturales y culturales, la excelente conectividad del transporte aéreo, el fuerte apoyo político y una sobresaliente infraestructura de servicios turísticos.

Esta clasificación se elabora cada dos años, y se lleva a cabo mediante un análisis de 14 áreas diferentes de un total de 136 países, y extrae una nota media de cada economía.

España recibió en el último análisis realizado en 2017, una puntuación de 5,43 puntos sobre 7, por delante de Francia, con 5,32 y Alemania con 5,28 puntos (figura...). España saca notable en casi todas las áreas, cuyos puntos más fuertes son las infraestructuras, la seguridad y el patrimonio cultural (Figura 15).

Figura 15. Países más competitivos del sector turístico, 2017.



Fuente: elperiodico.com

6.2.2. Oferta turística.

En este apartado dividiremos la oferta turística en tres componentes, por un lado los recursos, por otro lado las infraestructuras, y por último las empresas turísticas.

Recursos.

A) Modelo turístico de sol y playa.

Como ya hemos dicho, España cuenta con una gran variedad de recursos, tanto culturales como naturales, que sirven de atracción para los millones de turistas que nos visitan cada año: litoral, montaña, Ciudades Patrimonio de la Humanidad, museos, fiestas, Semana Santa, etc.

Desde el “boom turístico” de los 60, España es más conocida por su modelo turístico de sol y playa, sobre todo en los meses de verano, aunque esto se está intentando evitar ofreciendo otras alternativas diferentes de turismo.

Últimamente, los Planes de Turismo y las Administraciones de las Comunidades Autónomas están buscando soluciones para solucionar los problemas que el modelo de sol y playa está ocasionando. Entre estos problemas estarían la saturación de plazas, la concentración en el territorio, estacionalidad, etc. Para ello se están ofreciendo alternativas diferentes de turismo que puedan completar la oferta turística de sol y playa.

B) 15 Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

España es el tercer país del mundo que posee más lugares declarados Patrimonio de la Humanidad. Las 15 ciudades españolas declaradas Ciudad Patrimonio de la Humanidad son: Alcalá de Henares, Ávila, Úbeda, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de La Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo. Todas ellas cuentan con un gran valor arquitectónico, cultural y artístico.

En Alcalá de Henares se encuentra la casa en la que nació Cervantes, una vivienda castellana del siglo XVI. La Universidad y el recinto histórico también entran dentro de la lista de la UNESCO.

La muralla medieval de Ávila es la mejor conservada de Europa. Esta muralla es del siglo XII. También podemos encontrar la ciudad vieja e iglesias de extramuros.

Cáceres cuenta con un grandísimo catálogo monumental, por su variedad arquitectónica y artística. Fortalezas, palacios y plazas reflejan los diversos pueblos y civilizaciones que han pasado por allí, como romanos, judíos, musulmanes...

La Mezquita, una obra de arte califal bajo dominio musulmán, junto con su centro histórico, hacen que Córdoba sea declarada Patrimonio de la Humanidad. La Mezquita es una mezcla de estilos durante nueve siglos.

En Cuenca encontramos las “Casas Colgadas”, que muestran perfectamente como el entorno se mezcla con la naturaleza. También destaca la Catedral de Santa María la Mayor.

Ibiza destaca por su biodiversidad y cultura. Es un conjunto en el que destacan numerosos yacimientos arqueológicos como el recinto amurallado de Dalt Vila, el poblado fenicio de Sa Caleta o las barreras marinas de Posidonia.

La capital de Extremadura, Mérida, es una ciudad del antiguo Imperio Romano, posee edificios como el Teatro romano o el Anfiteatro, cuyo conjunto arqueológico es uno de los mejor conservados de España.

En Salamanca destaca la Universidad, creada en 1254. Junto a esta, la Plaza Mayor y su centro histórico.

San Cristóbal de la Laguna (Tenerife), es un ejemplo de ciudad colonial no amurallada del siglo XV. Gracias a la conservación de gran parte del trazado original fue declarada Patrimonio de la Humanidad.

El casco antiguo y la Catedral de Santiago de Compostela son Patrimonio de la Humanidad. La Catedral es el final del camino de miles de peregrinos que realizan el Camino de Santiago. Es una mezcla de diferentes estilos: barroco, gótico, neoclásico y renacentista.

Segovia es declarada Patrimonio de la Humanidad por su centro histórico y su Acueducto romano, construido con sillares de piedra.

Tarragona, conocida en el antiguo Imperio Romano como Tarraco, cuenta con una gran riqueza monumental, prueba de ello es su Circo y Anfiteatro.

En Toledo, musulmanes, judíos y cristianos convivieron durante siglos. Prueba de ellos es la cantidad de huellas que han dejado en su casco antiguo, donde destaca la Catedral.

Úbeda y Baeza, son dos grandes ciudades hermanadas con una arquitectura renacentista de los siglos XVI y XVII. Destacan por parte de Úbeda, la Plaza Juan Vázquez de Molina, el Hospital de Santiago, y por parte de Baeza, su Catedral y el Palacio de Jabalquinto, entre otros. En el caso de Baeza, tuvo una mezcla de diversas culturas: cristiana, musulmana, romana y visigoda. Además, habría que decir que este mismo año se cumplen 15 años desde que Úbeda y Baeza fueron nombradas Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

C) Cultural.

Según el consejero de Cultura, Miguel Ángel Vázquez, la Alhambra de Granada fue el monumento más visitado en el año 2017, con un total de 2,7 millones de visitas, lo que supone un aumento del 3,4% con respecto al año anterior.

A la Alhambra le siguen otros monumentos históricos como la Sagrada Familia de Barcelona, la Giralda de Sevilla, la Mezquita de Córdoba, la Catedral de Santiago de Compostela, entre otros muchos más.

En el ámbito cultural también encontramos los Museos Nacionales de España, entre los que destacan: el Museo de Arte Reina Sofía y el Museo del Prado en Madrid, el Guggenheim de Bilbao, y por último la Ciudad de las Ciencias y las Artes de Valencia.

Infraestructuras y empresas turísticas.

A) Planta Hotelera de España.

Según el INE, en el año 2017, el sector hotelero español contaba con 14.752 establecimientos abiertos, de los cuales 8016 son hoteles, mientras que el resto son hostales de tres a una estrella de plata. En cuanto a los hoteles, vemos que solamente contamos con 284 hoteles de cinco estrellas, lo que supone 1,9% del total de establecimientos abiertos en España. Los hoteles de tres y cuatro estrellas suelen ser los más abundantes (Tabla 16).

Tabla 16. Número de establecimientos abiertos, 2017.

Año 2017	
Categoría	Número establecimientos abiertos
TOTAL	14752
HOTELES: Estrellas oro	
Cinco	284
Cuatro	2224
Tres	2479
Dos	1864
Una	1165
HOSTALES: Estrellas plata	
Tres y dos	2977
Una	3758
Tasa interanual	-0,04

Fuente: INE.

Entre las cadenas hoteleras más importantes de España estaría: NH Hoteles, Meliá, Hoteles Barceló, AC Hoteles, etc.

Actualmente lo que pretende conseguir el sector de alojamiento español es la calidad, mejora de instalaciones, y adaptarse a los gustos y hábitos del consumidor.

B) Infraestructuras aéreas.

España cuenta con un total de 48 aeropuertos, todo ellos gestionados por la red de Aena.

Según los datos recogidos por “Hosteltur”, los aeropuertos españoles registraron en 2017 una cifra record de pasajeros, 249,2 millones, lo que supone un 8,2% más que el año anterior. El mayor número de pasajeros en 2017 lo registró el Aeropuerto de Madrid-Barajas, con más de 53 millones, seguido por Barcelona-El Prat y Palma de Mallorca.

La compañía aérea con mejores resultados es Iberia, aparte de ser la más conocida.

C) Infraestructuras de transporte.

Con esto nos referimos a la red de ferrocarril, de carreteras y puertos. En cuanto a la red de ferrocarril, España cuenta con 15.500 km de red, gestionados por la empresa Adif, de los cuales más de 3.000 son de alta velocidad, convirtiéndose así en el país europeo con más kilómetros de alta velocidad. Según la empresa Adif, cada día circulan por la red ferroviaria española más de 5.000 trenes, tanto de viajeros como de mercancías.

Según el Ministerio de Fomento, España cuenta con una red de carreteras de más de 165.000 kilómetros, de los cuales más de 26.000 están administrados por el Ministerio de Fomento.

Por último, España tiene unos 8.000 kilómetros de costa, entre los que encontramos 47 puertos de Interés Cultural, como por ejemplo el de Barcelona al que llegan cada año millones de cruceristas.

D) Agencias de viajes.

Según Amadeus España, en el año 2017 cerca del 40% de los hogares españoles utilizaron agencias de viajes, tanto online como tradicionales. El 41,3% prefiere agencias tradicionales, frente al 22,7% que prefiere online. En los últimos años las agencias online están adquiriendo un peso importante.

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

7. CONCLUSIONES.

El turismo es un tema de una gran importancia, no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional. Es importante porque se trata del motor principal del desarrollo cultural y económico del país desde hace varias décadas con el “boom turístico”, sobre todo del modelo turístico de “sol y playa”.

Este turismo se ha ido consolidando en nuestro país gracias a los cambios sociales y tecnológicos que se han ido produciendo en la sociedad, pasando de un turismo minoritario a un turismo de masas. Hay que añadir a ello la mejora de infraestructuras y medios de transporte.

Sin duda alguna, habría que decir que el paso más importante que hizo que el turismo creciera fue su integración en el Ministerio en 1953, pasando a ser considerado como una industria. El papel del Estado fue primordial para que España esté posicionada donde se encuentra actualmente en términos de turismo.

España tiene por delante un futuro muy prometedor, ya que según el Instituto Nacional de Estadística se prevé que el turismo siga creciendo en los próximos años. Para ello tendrá que seguir ofreciendo alternativas de turismo para complementar el modelo de “sol y playa”, por medio de una gran variedad de recursos naturales y culturales, además de llevar a cabo acciones para conseguir la descentralización de lugares como Barcelona, Madrid o Baleares, dirigiendo los desplazamientos hacia el interior. Con todo esto podrá seguir disfrutando de ser el tercer país del mundo con mayor número de turistas, después de Francia y Estados Unidos.

En definitiva, España posee una gran variedad de recursos como podría ser su naturaleza variada, su historia, distintos climas y su gastronomía, que hacen que los turistas puedan disfrutar de un amplio abanico de posibilidades. La gente que viene a España puede descansar en la playa y disfrutar del sol, a la vez que descubrir su historia a través de los museos y monumentos.

BIBLIOGRAFÍA.

MARTÍNEZ ABASCAL. E. (2014). “Datos de Turismo en España: cómo y cuánto nos ha afectado la crisis”. <http://blog.iese.edu/martinezabascal/2014/02/06/datos-de-turismo-en-espana-como-ha-afectado-la-crisis/>

OMT. (2018). “Acerca de la OMT”. <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

PAZOS GARCÍA-MORALES. A. (2017). “La evolución del turismo en España”. Universidad de Valladolid.

ARNÁEZ PÉREZ. A. (2017). “Análisis y evolución de campañas publicitarias de turismo de España y Francia”. Universidad de Valladolid. Págs. 25-50.

GASTESI. A. (2018). “El sector turístico prevé moderar el crecimiento en 2018”. LA VANGUARDIA <http://www.lavanguardia.com/economia/20180121/44134352352/turismo-crecimiento-limitado-2018.html>

TURISMOLOGÍARD. “Definiciones de turismo según diferentes autores”. <https://felicianodejesus.wordpress.com/2015/09/01/que-es-el-turismo/>

IES GRAN CAPITAN. Córdoba. “El turismo en España”. Departamento Geografía e Historia.

FERNÁNDEZ FUSTER. L. (1991). “Historia general del turismo de masas” Madrid: Alianza Editorial.

SANCHO. A. (1997). “Introducción al Turismo”. OMT

VALLEJO POUSADA. R. (2002). “Economía e Historia del turismo español del siglo XX”. Universidad de Vigo.

LARRINAGA ROGRÍGUEZ. C. (2012). “El turismo en la España del siglo XIX”. Universidad del País Vasco.

DÍAZ ORTUÑO. J. (2014). “Del turismo de los años 30, 40 y 50 en España”.
<http://juanjfdiaz.blogspot.com/2014/06/del-turismo-de-los-anos-30-40-y-50-en.html>

VIZCAÍNO PONFERRADA. M^a L. (2015). “Evolución del turismo en España: Turismo cultural”. Págs. 75-95.

ALMEIDA GARCÍA. F. (2011). “La política turística en España y Portugal”. Universidad de Murcia.

ZOREDA y PERELLI. (2014). “Los 20 años que han revolucionado el sector turístico español”.
https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html

EUROPA PRESS. (2017). “El turismo, motor de la economía, representa el 16% del PIB nacional”.
<http://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-turismo-motor-economico-espanol-representa-16-pib-nacional-20170607141608.html>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA.
http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863

LAS PROVINCIAS. (2015). “1960: La década del prodigioso despegue del sol y playa”.
<http://www.lasprovincias.es/sociedad/201506/13/1960-decada-prodigioso-despegue-20150613003326-v.html>

EFE. (2018). “La OMT destaca que España vuelve a ser el segundo destino turístico más visitado”.
http://www.abc.es/economia/abci-destaca-espana-vuelve-segundo-destino-turistico-mas-visitado-201801151448_noticia.html

EUROPA PRESS. (2018). “El turismo mundial creció un 7% en 2017, con España como el segundo país más visitado”.
<http://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-turismo-mundial-crecio-2017-espana-segundo-pais-mas-visitado-20180115130014.html>

JUNTA DE ANDALUCIA. (2017). “Plan estratégico de marketing turístico, Horizonte 2020”. Junta de Andalucía.

HOSTELTUR. (2017). “Las 10 razones que explican el éxito de España como destino turístico”. https://www.hosteltur.com/120178_10-razones-explican-exito-espana-como-destino-turistico.html

MORAL. S. y ORGAZ. F. (2013). “Las nuevas tipologías de turismo en España”.

CEOE. (2017). “DAFO sobre el sector del turismo”. Departamento de Asuntos Económicos y Europeos.

VELASCO GONZÁLEZ. M. (2005). “¿Existe una política turística? La acción pública en materia de turismo”. Universidad Complutense de Madrid. Págs. 169-195.

VELASCO GONZÁLEZ, M. (2008). “Evolución de los problemas del turismo español. La Administración General del Estado como analista y los Planes públicos como indicadores (1952-2006)”. Universidad Complutense de Madrid. Págs. 18-22.

BOE. (1996). “Orden de 25 de abril de 1996 por la que se establecen las subvenciones dirigidas a promover la internacionalización de la empresa turística española en aplicación del Plan Futures 1996-1999”. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-9719

STATISTA. (2018). “Evolución del producto interior bruto del sector turístico en España de 2012 a 2028”. <https://es.statista.com/estadisticas/539720/evolucion-anual-del-pib-turistico-en-espana/>

GARCÍA. Y. (2018). “España cierra 2017 con récord de turistas extranjeros y de gasto”. EL ECONOMISTA. <http://www.eleconomista.es/indicadores-espana/noticias/8907476/02/18/Espana-cierra-2017-con-el-record-de-818-millones-de-turistas-extranjeros-un-86-mas.html>

CIUDADES PATRIMONIO. (2018). “Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, el privilegio de la historia”. <http://www.ciudadespatrimonio.org/ciudades/index.php>

ADIF. “Infraestructuras y estaciones”. http://www.adif.es/es_ES/infraestructuras/infraestructuras.shtml

EL PERIÓDICO. (2017). “España se mantiene líder en competitividad turística a nivel mundial. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20170406/espana-se-mantiene-lider-en-competitividad-turistica-a-nivel-mundial-5957152>

EUROPA PRESS. (2018). “La Alhambra bate récord de visitas con 2,7 millones y se sitúa casi al límite de su capacidad”. <http://www.europapress.es/turismo/fitur/noticia-alhambra-bate-record-visitas-27-millones-situa-casi-limite-capacidad-20180119152542.html>

RAMÓN VILARASAU. D. (2018). “Los aeropuertos españoles cierran 2017 con un récord de 249 millones de pasajeros”. https://www.hosteltur.com/126027_aeropuertos-espanoles-cierran-2017-record-249-m-pasajeros.html

MINISTERIO DE FOMENTO. “Catalogo y evolución de la red de carreteras”. <https://www.fomento.gob.es/carreteras/catalogo-y-evolucion-de-la-red-de-carreteras>

AMADEUS ESPAÑA y ACAV. (2013). “Primer estudio estratégico de las agencias de viaje españolas”.