

EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

**Yigal Montejo Bujan, Beatriz García Moreno, Pedro Giráldez Sotelo, Isabel Pérez Varela y
Andrés Fernández Alcantud***

Resumen: El sector turístico español vive un excelente momento con crecimientos tanto de la demanda nacional como internacional, después de haber demostrado con creces ser un sector clave y estratégico de la economía nacional en el último medio siglo. Asimismo, ha jugado un papel fundamental en la recuperación económica actual.

El turismo genera efectos directos en la economía: en el PIB, en el empleo y en la Balanza de Pagos, pero produce también efectos inducidos e indirectos en otros sectores, incrementando la competitividad de los mismos, fruto de su carácter transversal. Es decir, sus efectos positivos son “permeables” a todas las actividades económicas. El sector turístico español, desde mediados del siglo pasado, sigue ocupando una posición de liderazgo a nivel mundial, además con potencial de desarrollo y crecimiento. Y para ello ha sido fundamental la adaptación realizada al dinámico entorno económico, social y tecnológico, y a las preferencias y demandas del turista del siglo XXI.

El modelo turístico español debe marcarse como objetivo la consecución de la sostenibilidad, una reducción de la estacionalidad y beneficiar en mayor medida a las regiones de interior y no sólo las costeras, diversificando así la oferta de productos turísticos (culturales, de naturaleza, gastronomía, compras, etc.).

Palabras clave: Turismo, competitividad, era digital, sostenibilidad, demanda y oferta turística, turistas, gasto, turismo internacional o receptor, y turismo nacional o de los residentes.

Abstract: The Spanish tourism industry is going through a prosperous moment, with a significant increase of both domestic and international demand. Over the past half century, it has been thoroughly confirmed that this is a strategic sector of the national economy and is has played a key role in the current economic recovery.

As a result of its transversal nature, the tourism industry generates both indirect and direct effects (GDP, employment and balance of payments) in the economy, which increase its competitiveness. Therefore, this means that tourism positive effects are beneficial to all economic activities. As well, the Spanish tourism industry boasts a leading position worldwide since the middle of last century, with a huge potential for further development and growth. These crucial achievements would not have been possible without adapting to the dynamic economic, social and technological environment, as well as to the preferences and demands of tourists of the 21st century.

The Spanish tourist model must work towards achieving sustainability, reducing seasonality and distributing benefits, not only to coastal regions, but also to interior regions, and therefore diversify the variety of tourist products (culture, nature, gastronomy, shopping, etc.).

Key words: Tourism, competitiveness, Age digital, sustainability, demand and supply tourist, tourist spending, international tourism and domestic tourism.

I. INTRODUCCIÓN

El sector turístico español vive un excelente momento, confirmando ser un sector clave y estratégico de la economía nacional,

y habiendo jugado un papel fundamental en la recuperación económica actual. El turismo genera efectos directos en la economía: en el PIB, el empleo y la Balanza de Pagos. Pero produce también efectos inducidos e

* Investigadores expertos en Turismo, pertenecientes a la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S. A. (SEGITTUR) de la Secretaría de Estado de Turismo

indirectos en otros sectores (alimentación, comercio...), incrementando la competitividad de los mismos, fruto de su carácter transversal. Es decir, sus efectos positivos son “permeables” a todas las actividades económicas.

El turismo es uno de los motores económicos más dinámicos de la economía española, supone alrededor del 12% del PIB español y 13% del empleo.

España a nivel mundial es líder en la actividad turística, ocupa desde hace décadas los primeros puestos en el ranking de llegadas de turistas internacionales y de ingresos por turismo. Actualmente, según datos año 2014, ostenta la segunda posición mundial en ingresos por turismo únicamente superada por EEUU y por delante de Francia, y la tercera posición en llegadas de turistas por detrás de Francia y EEUU. Además, según el último informe sobre competitividad turística del Foro Económico Mundial España ocupa la primera posición del ranking mundial de acuerdo al Índice de Competitividad en Viajes y Turismo.

En el presente trabajo se pretende analizar la situación actual del turismo en España, el informe se estructura en 5 apartados, el 1º es la presente introducción, en el 2º se aborda la situación del turismo en España desde la óptica de la demanda, tanto internacional como nacional. En el 3º epígrafe se estudia el sector turístico español desde el punto de vista de la oferta y los factores de atracción de flujos internacionales de turistas hacia España. Además, en el 4º apartado se analiza la contribución del sector al bienestar socio económico de España. Fi-

nalmente, se recoge un apartado, el 5º, con las principales perspectivas de futuro del sector y los principales retos a los que se deben enfrentar para mantener y consolidar su posición de liderazgo internacional. Asimismo, en este último epígrafe se abordan debilidades del modelo turístico español, entre otras, la marcada estacionalidad de los flujos turísticos y ser un modelo con gran peso de la oferta de sol y playa. Además esto provoca que no todas las CCAA se beneficien por igual de su contribución económica, siendo las insulares y mediterráneas las más beneficiadas.

II. DEMANDA TURÍSTICA

II.1. Turismo receptor: turistas y gasto

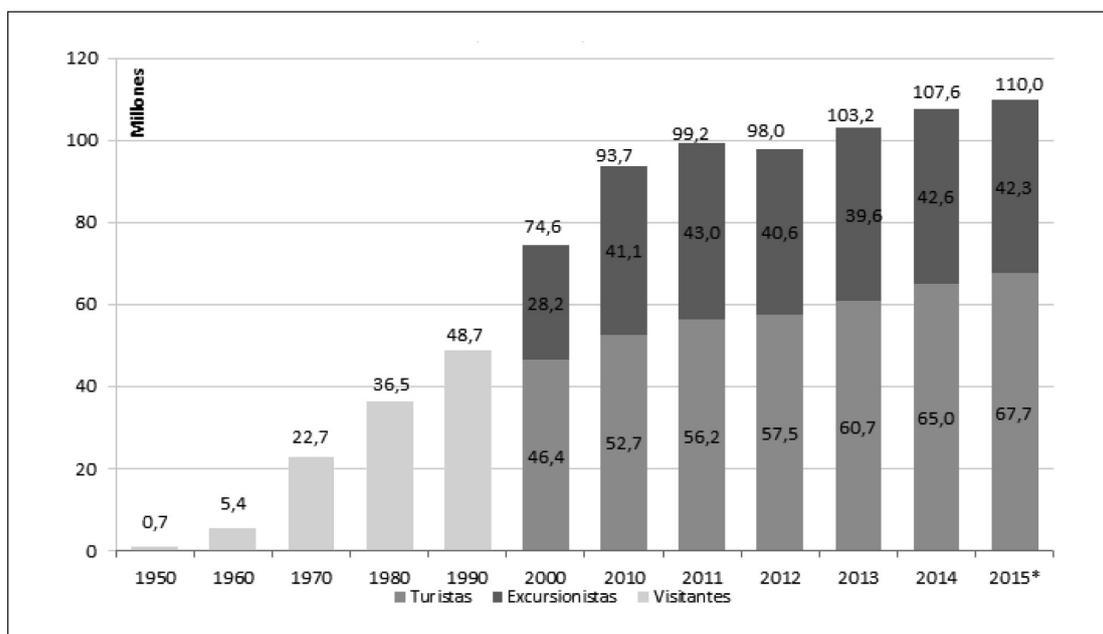
El turismo en los últimos 65 años ha estado muy presente en la economía y sociedad española, pasando de 700 mil visitantes internacionales en 1950 a 107,6 millones en 2014, de éstos algo más del 60% son turistas, es decir, pernoctan en España.

España, con datos de previsión, cerrará 2015 con cerca de 68 millones de turistas internacionales, superando así el record de llegadas registrado en 2014.

El análisis siguiente, de todas formas se realiza atendiendo a los datos reales disponibles siendo el último dato anual publicado el del año 2014 y el dato acumulado de 2015, el referente al periodo enero-septiembre.

Para centrar el tema indicar que España cerró 2014 con cerca de 65 millones de tu-

Gráfico 1
Evolución del turismo receptor en España (Millones de llegadas).
Años 1950-2015



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Turespaña). (*) El dato de 2015 es una previsión

ristas internacionales, record de llegadas en la serie histórica. El incremento, del 7,1%, se tradujo en la entrada de 4,3 millones más de turistas. Francia fue, sin duda, el mercado que más aportó a la subida neta de turistas, con 1,1 millones más seguido por el Reino Unido (+673 mil) y Alemania (+565 mil). A más distancia se situaron Italia (+472 mil), el conjunto de mercados asiáticos (+345 mil), liderados por Japón, y Bélgica (+307 mil). Es también reseñable que de los principales mercados emisores de turistas a España, solo Rusia presentó cifras negativas.

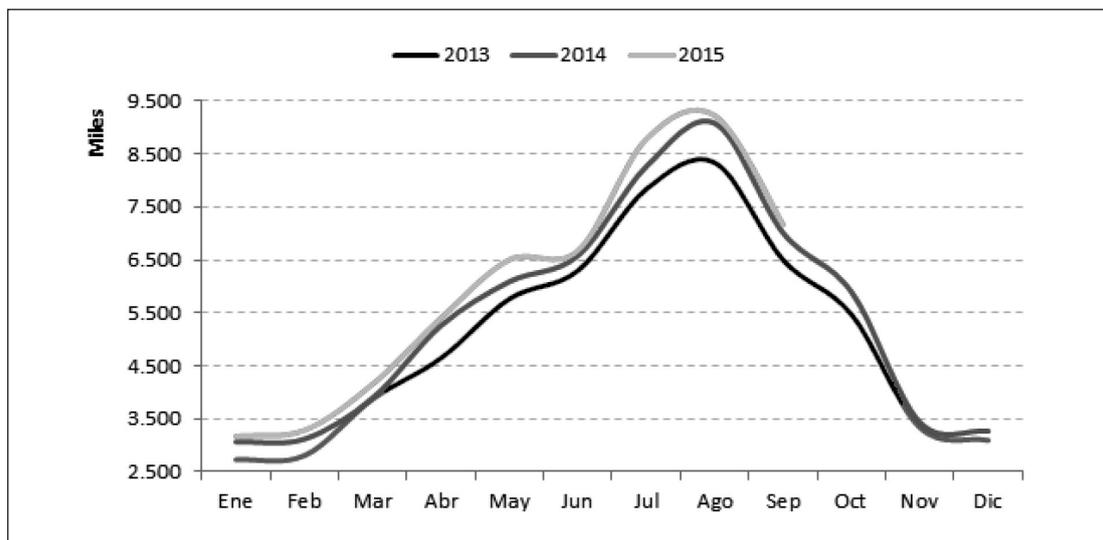
Los nueve primeros meses de 2015 revelan, mes a mes, una continuidad en la ten-

dencia alcista iniciada en febrero de 2013, concatenando así 33 meses sucesivos de crecimiento.

En el gráfico 2 aparecen las evoluciones de los flujos turísticos en los tres últimos años.

En términos de gasto, en 2014 se alcanzaron los 63.094 millones de euros, 3.823 millones más que el año anterior, lo que supuso un incremento del 6,5% respecto al año anterior. El crecimiento del gasto fue por tanto inferior al registrado en las llegadas, debido a la caída del gasto medio por persona (-0,6%), que se estableció en 971

Gráfico 2
Entrada de turistas internacionales a España



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Turespaña)

euros. Por su parte, el gasto medio diario permaneció en cifras similares al año anterior (+0,3%) situándose en 110 euros.

En el periodo acumulado con información disponible, enero-septiembre de 2015, España fue el destino de más de 54 millones de turistas extranjeros, lo que ha supuesto un avance del 3,8% en relación al mismo periodo del año anterior (2,0 millones de turistas adicionales). Como es habitual, Reino Unido, Francia y Alemania ocuparon las primeras posiciones como mercados emisores, aglutinando el 55,5% del total. Sin embargo, hay que resaltar en enero-septiembre 2015 el conjunto del “resto del mundo”, donde los mercados asiáticos representan el 84%, ya que han sido los que más han contribuido al crecimiento total de turistas (+564 mil). Francia sigue siendo uno de los

principales artífices del aumento con 590 mil turistas más en el periodo, seguido por Reino Unido, que acumula 386 mil turistas más en el periodo. Destaca en este año los EEUU con un incremento interanual absoluto de 229 mil turistas, gracias a un dólar fuerte frente al euro que hace más atractivo los destinos europeos.

El gasto total realizado por los turistas internacionales en este periodo enero-septiembre 2015 ascendió a 53.793 millones de euros, un 6,3% más (3.199 millones de euros adicionales). En este caso, el crecimiento fue mayor que el acontecido en el número de turistas, gracias al avance del gasto medio por persona (+2,4%), que se situó en 989 euros. El gasto medio diario aumentó un 3,8% para establecerse en 112 euros.

Cuadro 1
Turistas internacionales y gasto turístico, según mercado emisor.
Enero-septiembre 2015

	Turistas	% Var. Interanual	Gasto total (miles de €)	% Var. Interanual	Gasto medio persona	% Var. Interanual	Gasto medio diario	% Var. Interanual
TOTAL	54.368.167	3,8	53.792.883	6,3	989	2,4	112	3,8
Reino Unido	12.740.336	3,1	11.534.603	10,5	905	7,1	105	9,9
Francia	9.183.150	6,9	5.556.296	6,3	607	-0,6	80	0,7
Alemania	8.270.276	-0,8	7.786.987	-1,4	942	-0,6	101	1,1
Países Nórdicos	3.722.481	-3,4	4.301.518	-3,8	1.156	-0,5	120	0,9
Italia	3.150.553	5,5	2.601.267	15,5	826	10,5	112	5,8
Países Bajos	2.363.592	6,7	2.119.365	8,3	897	1,5	90	2,3
Bélgica	1.874.773	5,6	1.746.094	15,0	931	8,9	96	11,2
Portugal	1.462.470	-2,0	612.800	-6,7	419	-4,9	88	-4,7
Suiza	1.392.767	8,6	1.433.213	6,1	1.029	-2,3	122	-0,1
Irlanda	1.126.123	4,8	999.821	1,1	888	-3,5	102	1,4
Rusia	806.386	-36,0	1.208.131	-36,6	1.498	-0,9	133	-3,6
Resto mundo	2.673.769	26,7	4.824.273	30,3	1.804	2,8	218	5,0
EE.UU.	1.220.695	23,1	2.771.231	17,4	2.270	-4,7	170	-8,8
Resto América	1.656.876	8,2	3.569.999	5,3	2.155	-2,6	173	-2,0
Resto Europa	2.723.920	8,7	2.707.283	9,6	994	0,8	111	1,9

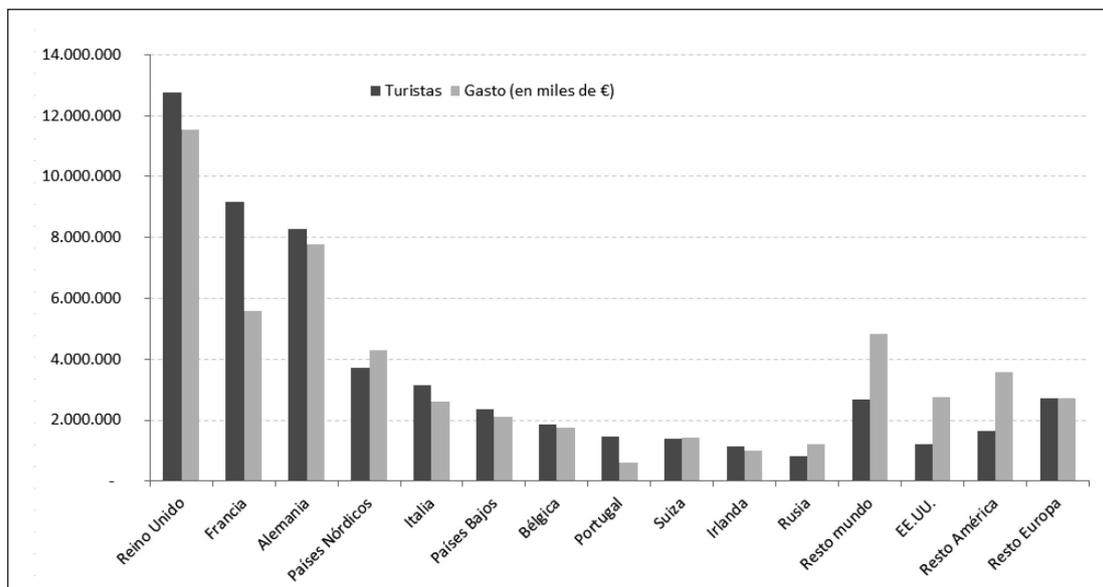
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur y Egatur (Turespaña).

En el gráfico 3 se observa que en el caso del gasto total, los principales mercados emisores tienen menor peso que en el caso de los turistas: 46% frente a 55,5%, respectivamente. Como se ve en el gráfico, los mercados maduros tienen menos representación en el número de turistas que en gasto, debido a menores costes de transporte, menor uso del alojamiento hotelero, etc.

Si se analizan los destinos, se pone de manifiesto que las principales comunidades autónomas receptoras registraron máximos históricos.

Cataluña fue la principal (13,9 millones), siendo la segunda región que más contribuyó al crecimiento nacional con 437 mil turistas más, concatenando 44 meses de cre-

Gráfico 3
Turistas y gasto total, según mercado emisor. Enero-septiembre 2015



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur y Egatur (Turespaña)

cimiento continuado, gracias a Francia, su principal mercado, y al fuerte avance de los países asiáticos.

Baleares ocupó la segunda posición, con un total de 10,4 millones de turistas y un aumento del 2,5% (255 mil turistas más). El 65% del total procedió de Alemania y Reino Unido, siendo el primero el que más contribuyó al crecimiento registrado.

Canarias, se posicionó en tercer lugar, con cerca de 8,5 millones de turistas y un avance del 1,2%. Los crecimientos de Reino Unido y Francia, primer y cuarto mercado en el archipiélago, fueron capaces de compensar el descenso de su segundo mercado, los países nórdicos.

Con 7,4 millones de turistas, Andalucía fue la primera comunidad que más aportó al crecimiento nacional neto de turistas (+461 mil turistas), gracias a los mercados asiáticos, Reino Unido y Francia.

Por su parte, la Comunidad Valenciana acogió cerca de 5,3 millones de turistas, mostrando un crecimiento (4,2%), gracias a Francia, Países Bajos y Suiza, puesto que su principal mercado, Reino Unido, descendió.

La Comunidad de Madrid superó los 3,8 millones de turistas y registró el crecimiento interanual más elevado de todos los destinos (+10,8%), siendo además, la tercera comunidad que más aportó al crecimiento global, a pesar de su menor peso

en llegadas. Este buen resultado se debió al fuerte avance de los países asiáticos, Italia y Estados Unidos.

El resto de comunidades recibió en su conjunto el 7% de los turistas internacionales (+3,5%). De este colectivo, País Vasco

Cuadro 2
Turistas internacionales y gasto turístico, por comunidad de destino.
Enero-septiembre 2015

	Turistas	% Var. Interanual	Gasto total (miles de €)	% Var. Interanual	Gasto medio persona	% Var. Interanual	Gasto medio diario	% Var. Interanual
TOTAL	54.368.167	3,8	53.792.883	6,3	989	2,4	112	3,8
Cataluña	13.917.487	3,2	12.501.796	2,4	898	-0,8	121	2,7
Balears (Illes)	10.418.810	2,5	9.929.991	6,6	953	4,0	118	6,0
Canarias	8.460.606	1,2	9.540.314	4,8	1.128	3,6	117	7,5
Andalucía	7.397.700	6,6	8.293.460	10,0	1.121	3,1	104	3,2
C. Valenciana	5.274.628	4,2	4.564.598	5,1	865	0,8	78	0,4
Madrid (C. de)	3.808.146	10,8	4.718.373	13,1	1.239	2,1	173	2,2
País Vasco	1.283.512	0,3	864.801	12,5	674	14,9	115	-4,3
Galicia	933.760	12,1	780.550	11,9	836	-2,7	92	-3,2
Castilla y León	798.707	-2,3	616.892	14,8	772	17,5	99	14,2
Murcia (Región de)	680.150	0,7	659.627	-7,7	970	-8,3	84	0,8
Cantabria	330.998	7,7	300.641	7,3	908	-0,3	92	-3
Aragón	285.055	11,4	260.206	16,0	913	4,1	101	1,9
Asturias (Pr. De)	219.078	13,0	278.091	8,9	1.269	-3,7	91	-7,2
Navarra (C. Foral de)	197.285	-12,4	138.443	-10,1	802	2,7	104	-9,5
Castilla - La Mancha	162.306	10,6	196.233	20,2	1.209	8,7	107	4,8
Extremadura	138.541	-12,6	89.950	-1,9	649	12,2	90	3,4
Rioja (La)	61.399	25,2	58.917	29,8	960	3,7	101	-3,5

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur y Egatur (Turespaña).

y Galicia fueron las principales, siendo esta última la que más aportó al crecimiento.

Características del turismo de los no residentes

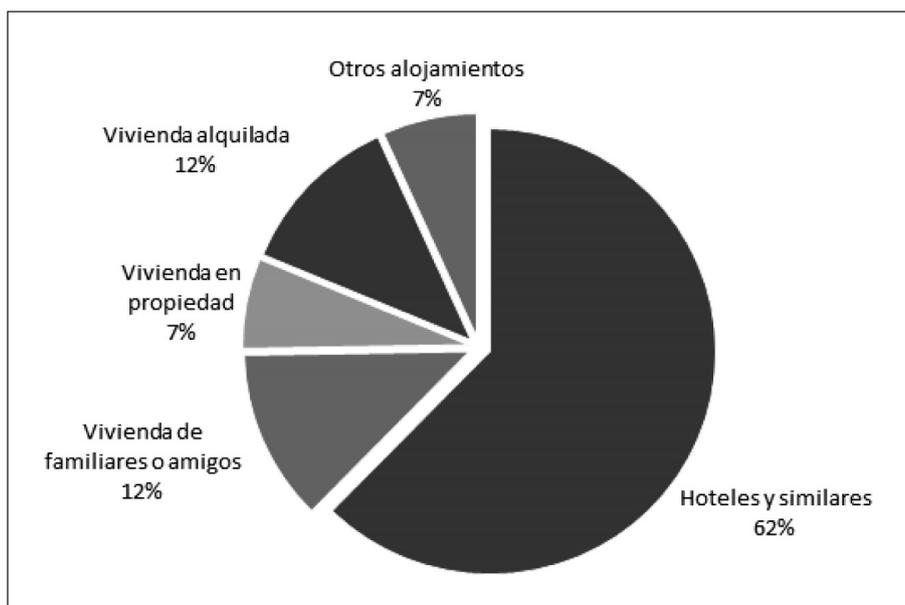
Respecto al tipo de alojamiento utilizado por el turismo receptor, el 62% de los turistas no residentes se decantaron por establecimientos hoteleros, colectivo que ha mostrado un incremento del 3,6% en relación al mismo periodo del año anterior. El 38% restante eligió alojamientos no hoteleros, donde la vivienda de familiares o amigos fue la que tuvo más peso (12%). El conjun-

to de turistas en alojamientos no hoteleros aumentó un 4,2%.

La gran mayoría de los viajes (el 87%) se realizó por motivos de ocio, aumentando un 3,3% en relación al mismo periodo del año anterior. A mucha distancia se situaron los turistas que acudieron por trabajo (7%), motivos personales (3%) y estudios (2%). Hay que destacar que estos últimos han sido los que más han aumentado porcentualmente (22,5%).

El 71% de los turistas vino a España sin contratar un paquete turístico, colectivo que ha crecido un 5,3%. Los turistas con paque-

Gráfico 4
Entrada de turistas internacionales a España, por tipo de alojamiento. Enero-septiembre 2015



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur (Turespaña)

te turístico, que aglutinan el 29% restante crecieron en el periodo enero-septiembre un 0,3%.

Ocho de cada diez turistas acudieron por vía aérea, mientras que un 19% eligió la carretera, mostrando ambas cifras superiores a las alcanzadas el año anterior: un 3,7% y un 4,3%, respectivamente. El resto de vías, muy minoritarias (1% en conjunto), aumentaron un 5,0%, gracias sobre todo al avance del tren (+15,1%).

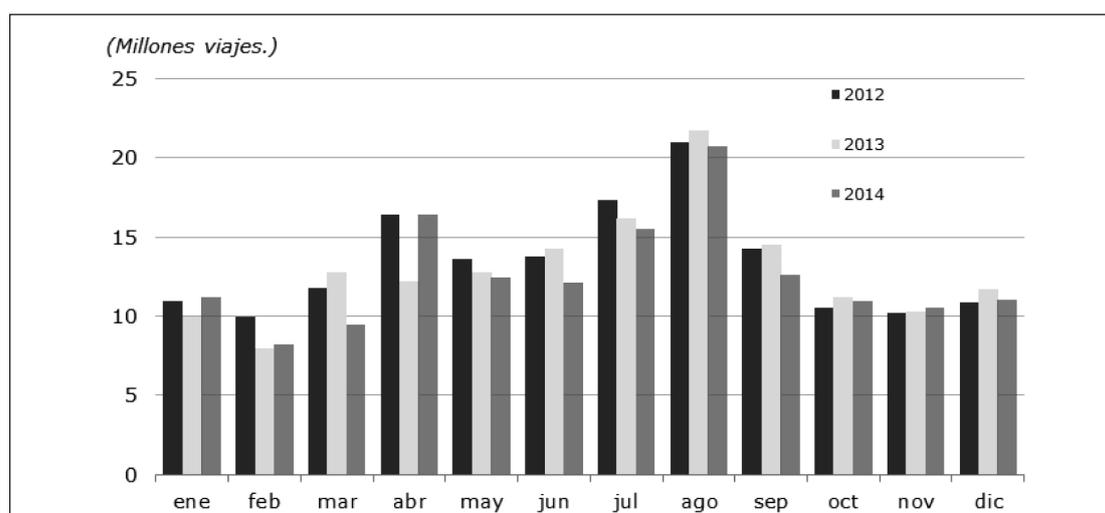
2.2. Turismo nacional (residentes)

El turismo nacional, también juega por sus características un papel importante al contribuir a la desestacionalización de la demanda turística, debido a que de los más de

151 millones de viajes que realizan al año, dato de 2014 obtenido de Familitur (Turespaña), los residentes en España, la mitad son viajes de fin de semana o puente. Los viajes de los nacionales se caracterizan por utilizar alojamiento no hotelero en el 80% de los casos, y el automóvil como medio de desplazamiento más usado.

El destino preferido por los residentes es el interno, solo el 8% de sus viajes es al extranjero. Además, se debe resaltar la importancia de las excursiones, viajes turísticos sin pernoctación, que anualmente superan los 300 millones, según datos de Familitur, y que dinamizan muchas zonas rurales. Resaltar que el turismo nacional contribuye con un gasto anual en torno a los 30.000 millones de euros.

Gráfico 5
Evolución del turismo nacional en España (Millones de viajes).
Años 2012-2014



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Familitur (Turespaña)

En el periodo 2012-2014 el turismo nacional registró un retroceso debido a la crisis económica que padecía la economía española, ya desde 2014 se apreciaban síntomas de mejoría, sobre todo en la demanda hotelera, y en 2015 todos los indicadores disponibles confirman su recuperación y entrada en fase de crecimiento de nuevo.

La Encuesta de Turismo de Residentes (ETR) del INE reflejó que en el segundo trimestre de 2015 los viajes de los residentes crecieron un 6,1%. La ETR es desde el año 2015 la nueva forma de medir el turismo nacional, por ello de momento no ofrece todavía datos retrospectivos y amplios sobre el objeto de estudio, el turismo de los residentes en España.

Entre la información disponible se destaca que en el primer semestre de 2015, los viajes de los residentes en España se cifran en cerca de 80 millones. De éstos, el 92% permaneció dentro de España, mientras que el 8% restante se decantó por el extranjero.

En torno al 75% de los viajes tuvo una duración inferior a cuatro pernoctaciones, frente al 5% con una duración superior a ocho pernoctaciones.

Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana fueron los principales destinos, mientras que las principales comunidades emisoras de viajes fueron la Comunidad de Madrid, Cataluña y Andalucía.

Si se atiende al motivo, el ocio es el que mayor viajes aglutina (50%), seguido por los viajes de visitas a familiares o amigos

Por tipo de alojamiento, el más demandado fue la vivienda de familiares o amigos, con un peso del seguido por el hotelero y la vivienda en propiedad.

Finalmente, en relación al tipo de transporte, el vehículo propio fue el principal. A mucha distancia se situaron los viajes en avión y tren.

Lógicamente, estos datos varían mucho en función del destino. Así, en los viajes realizados fuera de España, aumenta el porcentaje de turistas que usan el avión, acuden a establecimientos hoteleros y viajan por motivos de ocio.

Además, atendiendo a los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE, en el periodo enero-octubre de 2015 los residentes efectuaron 98,1 millones de pernoctaciones con un incremento interanual del 5,9%, muy superior a la experimentada por los foráneos (+3,3%) en ese mismo periodo.

III. OFERTA TURÍSTICA

El sector turístico español dispone de numerosos recursos y activos que generan y constituyen una amplia y moderna oferta. El conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en el turismo satisface todas las necesidades que se le van presentando a la demanda. Estos activos favorecen la competitividad turística internacional y suponen una importante base para el desarrollo tanto del sector como de otras industrias que también se ven beneficiadas. España cuenta con una suficiente

capacidad instalada para poder hacer frente a una demanda en crecimiento sostenido.

Según el estudio “Travel & Tourism Competitiveness 2015” elaborado por el Foro Económico Mundial, España ocupa la primera posición del ranking mundial de acuerdo al Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI)(1) y además se encuentra en el top 10 de países con mayor calidad de sus infraestructuras (Global Competitiveness Report 2014-2015).

Por otra parte, es importante matizar que el turismo es un fenómeno social y económico complejo, en el que intervienen múltiples factores, lo que provoca una especial dificultad a la hora de medir y contabilizar su dimensión. En especial, la oferta turística se convierte en un punto de especial interés a la hora de realizar dicha medición y diferenciar cuáles de los productos y servicios ofertados tienen carácter meramente turístico y cuáles son de consumo e interés general para la población residente.

También es importante destacar que las empresas que componen la oferta turística se identifican prácticamente en su totalidad en el grupo de PYMES, y es que de las miles de empresas relacionadas con la actividad turística, según la Encuesta Anual de Servicios, más del 99% pertenece a la categoría de pequeña y mediana empresa, caracterizada por tener menos de 100 trabajadores (INE 2013).

A partir de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE 2009, se determina la oferta turística en España, que está formada por todas las empresas, orga-

nizaciones e instalaciones que tienen como objetivo atender las necesidades y carencias específicas de los turistas. Estas actividades se han agrupado en las siguientes ramas: a) Hostelería, que incluye los Servicios de alojamiento y los Servicios de comidas y bebidas, b) Transporte de viajeros, c) Otras actividades turísticas (Agencias de viajes, Alquiler de vehículos, anexas al transporte, museos, actividades de entretenimiento, espectáculos, recreativas,...).

III.1. Hostelería

III.1.1. Alojamiento

Los servicios de alojamiento cuentan con un amplio catálogo, que se ve reflejado en más de 19 mil establecimientos hoteleros con cerca de 2 millones de plazas. Además existen 183.905 establecimientos de alojamiento turístico no hotelero (que comprenden apartamentos turísticos, alojamientos de turismo rural y campings) que ofertan más de 1 millón y medio de plazas (INE 2014). Asimismo, los establecimientos españoles no solo destacan por su cantidad sino también por su calidad y es que el 28% de las empresas turísticas españolas certificadas con el distintivo “Q de Calidad Turística” pertenecen al sector de alojamientos (ICTE 2015).

En 2014, el total de viajeros está equitativamente repartido entre residentes en España y extranjeros con el 51% y el 49% respectivamente. Más diferencia existe en el número de pernoctaciones puesto que el 64% de las mismas corresponde a los no residentes.

Cuadro 3

Oferta turística de alojamientos reglados: establecimientos y plazas. Año 2014

TIPO DE ALOJAMIENTO	Nº ESTABLECIMIENTOS	Nº PLAZAS
Hoteles y similares	19.207	1.862.329
Extrahoteleros	183.905	1.558.616
Apartamentos	163.428	610.833
Campings	1.236	768.613
Alojamiento Rural	19.241	179.170

FUENTE: Elaboración propia a partir del Directorio de Alojamientos Turísticos del INE

Con respecto al tipo de alojamiento utilizado, el 82,3% de los viajeros que se alojaron en establecimientos reglados lo hicieron en hoteles y similares (representando el 73,4% de las pernoctaciones) el 9,1% en apartamentos (16,5% de las pernoctaciones), el 5,9% en campings (8,0% de las pernoctaciones) y el 2,6% en alojamientos de turismo rural (1,9% de las pernoctaciones). Esta estructura de la demanda según tipo de alojamiento se mantiene en el tiempo con diferencias prácticamente inapreciables.

En los últimos años se puede observar una evolución muy positiva tanto en la entrada de viajeros como en el número de pernoctaciones con tasas de variación interanual crecientes para los diferentes tipos de alojamiento. Esta tendencia se acentúa más en los viajeros residentes en España que en 2012 y periodos anteriores mostraba caídas importantes.

La gran prosperidad que demuestra el sector del alojamiento también se ve reflejada en la calidad de su oferta que mejora en producto y competitividad cada año, pero también en los datos de ocupación que se

han mantenido e incluso han ido mejorando en los últimos años.

En el periodo enero-julio de 2015 aumenta interanualmente en mayor medida la demanda hotelera nacional (+6,6%) que la internacional (+2,5%) en número de pernoctaciones. En este mismo periodo el total de alojamientos colectivos (hoteles, campings, alojamientos rurales y apartamentos turísticos) recibió 63,0 millones de viajeros que realizaron 228,3 millones de pernoctaciones.

Según la Encuesta Anual de Servicios del INE, en 2013 el volumen de negocio de los alojamientos reglados se alza hasta los 17.343 millones de euros de los que 15.174 millones de euros corresponden a hoteles y similares. Tanto el total de alojamientos como el segmento hotelero presentan crecimientos en los últimos años con tasas de variación positivas respecto a los años de recesión económica del periodo 2008-2011.

Respecto a los alojamientos no reglados mencionar que, en España, la oferta y demanda de los mismos se presenta como una

Cuadro 4
Viajeros y pernoctaciones en alojamientos
turísticos reglados. Año 2012-2014

TIPO DE ALOJAMIENTO	2012	% Variación interanual	2013	% Variación interanual	2014	% Variación interanual
Hoteles y similares						
Viajeros	82.962.480	-2,8	83.820.919	1,0	87.814.530	4,8
Pernoctaciones	280.659.548	-2,1	286.030.159	1,9	295.260.629	3,2
Apartamentos						
Viajeros	8.862.528	0,1	9.285.142	4,8	9.677.058	4,2
Pernoctaciones	63.145.439	-0,9	64.867.452	2,7	66.412.732	2,4
Campings						
Viajeros	5.913.803	-3,8	6.057.518	2,4	6.332.429	4,5
Pernoctaciones	31.338.614	-1,0	31.376.345	0,1	32.309.460	3,0
Alojamientos turismo rural						
Viajeros	2.670.368	-1,7	2.509.510	-6,0	2.822.946	12,5
Pernoctaciones	7.527.375	-2,2	6.938.030	-7,8	7.750.576	11,7

FUENTE: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación del INE (EOH, EOAC, EOAP, EOTR)

Cuadro 5
Grado de ocupación por plazas en alojamientos
turísticos reglados. Año 2011-2014

TIPO DE ALOJAMIENTO	2011	2012	2013	2014
Hoteles y similares	53,5	52,1	53,0	54,7
Apartamentos	39,3	38,5	38,8	40,9
Alojamientos de Turismo Rural	15,1	14,3	13,4	14,8
Camping	36,4	35,2	35,4	36,8

FUENTE: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación del INE (EOH, EOAC, EOAP, EOTR)

corriente creciente. En lo que concierne a la oferta, las últimas tendencias en economías colaborativas y páginas web del tipo airbnb, helpx o trampolín han fomentado el impulso de estos alojamientos.

III.1.2. Restauración

Los servicios de comidas y bebidas, es decir, la restauración, es otro de los grandes pilares de la industria turística española y es

que según el DIRCE, España cuenta con más de 250 mil establecimientos en esta rama de los cuales el 70% son establecimientos de bebidas, el 25% son restaurantes y puestos de comidas y el 5% restante se dedican a la provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comida (INE 2014). En 2013, la facturación de las empresas de restauración fue cercana a los 40.000 millones de euros.

Además de cantidad, España también destaca por la calidad y categoría de sus establecimientos ya que cuenta con 169 restaurantes galardonados con alguna estrella Michelin, un prestigioso premio que se otorga a los mejores niveles de calidad gastronómica a nivel internacional, por lo que se sitúa en el top cinco de países con más estrellas Michelin en el mundo.

En este sentido, según la encuesta de EGATUR, de los 65 millones de llegadas de turistas no residentes con destino España en 2014, casi 10 millones realizaron algún tipo de actividad de alta gastronomía o visita a bodegas, etc... Este tipo de actividades prácticamente se duplica desde 2012 donde solamente las practicaban 5 millones de turistas.

III.2. Transporte de viajeros

España también destaca por el excelente sistema de transportes que comunica todo el país tanto a nivel doméstico como internacionalmente.

El tráfico aéreo prácticamente alcanza los 196 millones de pasajeros al año (Infor-

me anual AENA, 2014) en los 48 aeropuertos que actualmente están en funcionamiento. Madrid y Barcelona se posicionan como los más potentes ya que manejan el 41% del tráfico conjuntamente. Después se sitúan los aeropuertos insulares con Canarias abarcando el 18% y Baleares el 16%. Entre los peninsulares cabe destacar también los aeropuertos de Málaga y Alicante, principales puntos de entrada para los turistas internacionales a sus respectivas CCAA, con un 7% y 5% respectivamente.

La red de vías de gran capacidad (autopistas de peaje, libres y autovías) en España es la de mayor longitud en Europa, contando con 14.701 km de carreteras. El segundo es Alemania con 12.917 Km. y Francia el tercero con 11.465 (EUROSTAT 2015).

La red ferroviaria nacional está compuesta por más de 15 mil kilómetros de líneas y un total de 1.931 estaciones (Adif 2015). Del total de líneas, la red convencional se desarrolla en 12.354 km y la red de trenes de alta velocidad abarca 2.815 km, convirtiéndose en la red más extensa de Europa y en la segunda del mundo tan solo superada por China y superando a países de gran tradición en la alta velocidad como Japón y Francia. Según datos ofrecidos por RENFE, en 2014 los servicios de media y larga distancia (superior a 60 km de distancia) y AVE registraron un total de 59,7 millones de viajeros. El servicio de cercanías (inferior a 60 km) fue utilizado por 405,3 millones de viajeros.

Por último el sistema portuario español está integrado por 46 puertos de interés ge-

neral gestionados por 28 Autoridades Portuarias de las cuales 24 cubren el transporte de viajeros. El sistema portuario español maneja un tráfico de 29 millones de pasajeros (en régimen de transporte y cruceros) de los cuales 8 millones de pasajeros navegaron en los 3.702 cruceros que atracaron en las costas españolas (Informe anual Puertos del Estado 2014).

III.3. Otras actividades turísticas

En lo que concierne a otras empresas del sector turístico, primeramente cabe destacar las Agencias de Viaje y operadores turísticos. Un sector que en 2013 contaba con 10.860 empresas con un volumen de negocios de 16.841 millones de euros, en 2008 tuvo su mejor año donde prácticamente alcanzaba una facturación de 20 mil millones de euros y tras una serie de vaivenes en los últimos años ha sufrido un importante retroceso.

El resto de empresas del sector turístico comprendidas en la CNAE 2009 se dividen en empresas de actividades de entretenimiento, artísticas, culturales y de alquiler.

III.4. Patrimonio natural

España dispone de una riqueza natural y cultural extraordinaria, además de su excelente situación geográfica es el país de la Unión Europea que cuenta con mayor longitud de costa, 8.000 km y un total de 3.457 playas, 577 de ellas con la distinción de Bandera Azul, lo que equivale a una de cada seis de las concedidas en el mundo (ADEAC-FEE 2015).

España cuenta con 15 parques nacionales, 149 parques naturales, 291 reservas naturales, 328 monumentos naturales, 53 paisajes protegidos y 1 área marina protegida, además de otras figuras utilizadas sólo en algunas comunidades autónomas y hasta un

Cuadro 6
Número de empresas y volumen de negocio de otras actividades turísticas. 2011-2013

OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Año 2011		Año 2012		Año 2013	
	Número Empresas	Volumen Negocio	Número Empresas	Volumen Negocio	Número Empresas	Volumen Negocio
Actividades entretenimiento	27.071	8.432.473 €	27.402	8.378.946 €	27.932	7.785.087 €
Actividades artísticas	25.301	2.192.199 €	24.431	1.959.231 €	23.636	1.858.613 €
Actividades culturales	2.644	679.256 €	2.668	675.038 €	2.950	709.774 €
Actividades de alquiler	19.558	10.967.573€	18.705	9.743.225€	17.371	8.864.209€

FUENTE: Elaboración propia a partir de Encuesta de Anual de Servicios del INE

total de 1.905 espacios naturales protegidos (EUROPARC-España 2015).

III.5. Patrimonio cultural

España se sitúa en tercera posición como el país del mundo con más bienes declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), con 44, solamente superado por Italia y China con 51 y 48 respectivamente. Además también han sido acreditadas 12 prácticas y expresiones culturales del patrimonio inmaterial (UNESCO 2015).

La propia personalidad de todo este patrimonio es un reflejo de la diversidad y riqueza que presenta España. La herencia del cruce de culturas y civilizaciones se muestra en edificaciones monumentales, centros históricos o conjuntos arquitectónicos que conviven con diferentes paisajes, rutas y tradiciones etnológicas.

Más de 1.500 museos y colecciones museográficas existen a día de hoy en España, siendo una viva representación del rico panorama museístico actual (Directorio de Museos y Colecciones de España 2015).

España destaca por su riqueza multicultural que se demuestra en todos los ámbitos sociales. La variedad de manifestaciones festivas se expande a lo largo del todo el territorio existiendo más de 57 Fiestas de Interés Turístico Internacional y 143 de Interés Nacional. (Secretaría de Estado de Turismo 2015).

IV. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

En líneas generales, el turismo se percibe como un sector positivo para el desarrollo económico de un área o región, puesto que genera una actividad económica y social que en la mayor parte de los casos redundará en beneficios económicos. En este sentido, la importancia de este sector a la economía mundial es muy notable, estimándose que en 2014 su contribución al PIB mundial fue del 9,8% según el World Travel & Tourism Council y supuso el 9,4% del empleo a nivel mundial. Para muchos países, entre los que se incluye España, el turismo es uno de los mayores empleadores y exportadores de servicios dado que se trata de un sector intensivo en mano de obra.

IV.1. Contribución en el capital

Los principales impactos económicos del turismo están relacionados con los ingresos por divisas, la generación de empleo y la actividad económica de las múltiples oportunidades de negocio que este sector genera. El turismo supone una inyección de dinero en la economía de una región, reflejándose en el aumento de la actividad y los ingresos por ventas de las empresas de servicios turísticos. No obstante, además este sector está muy interrelacionado con otros sectores de la economía, como por ejemplo: el transporte, el comercio y la alimentación, por lo que se generan efectos indirectos a través de las cadenas de proveedores de dentro y fuera de la región. Adicionalmente, se producen unos efectos inducidos sobre la economía, al aumentarse los gastos que

realizan las empresas, empleados y demás agentes relacionados con el sector, de los ingresos que han obtenido gracias al turismo.

Los movimientos de capitales generados por este sector contribuyen a equilibrar la balanza de pagos del país. Los ingresos por turismo de España, recogidos en la Balanza de Pagos elaborada por el Banco de España en los nueve primeros meses de 2015 fueron de 40.082 millones de euros, un 3,1% más que en el mismo período del año anterior. Aunque los pagos por turismo también se incrementaron en este período un 15,6% respecto al año anterior, se produjo un superávit de aproximadamente 28.400 millones de euros. Este saldo positivo generado por el turismo, compensa el déficit comercial de la economía Española que, para el período enero-septiembre de 2015 se situó en 18.600 millones de euros según el Ministerio de Economía y Competitividad; o bien podría compensar una gran parte de los 29.300 millones de euros del déficit energético de España registrado en este mismo período. Se ha de señalar que el buen comportamiento del turismo está ligado en parte a los inicios de la recuperación de las economías mundiales mientras que los déficits tanto comerciales como energéticos se han visto reducidos principalmente por la depreciación del euro y las bajadas de los precios de las materias primas, por lo que esta cobertura tan favorable del déficit no siempre será tan positiva. Se ha de trabajar para lograr unos mayores ingresos por turismo que permitan compensar el déficit comercial y mantener la balanza por cuenta corriente en positivo de forma sostenida en el tiempo.

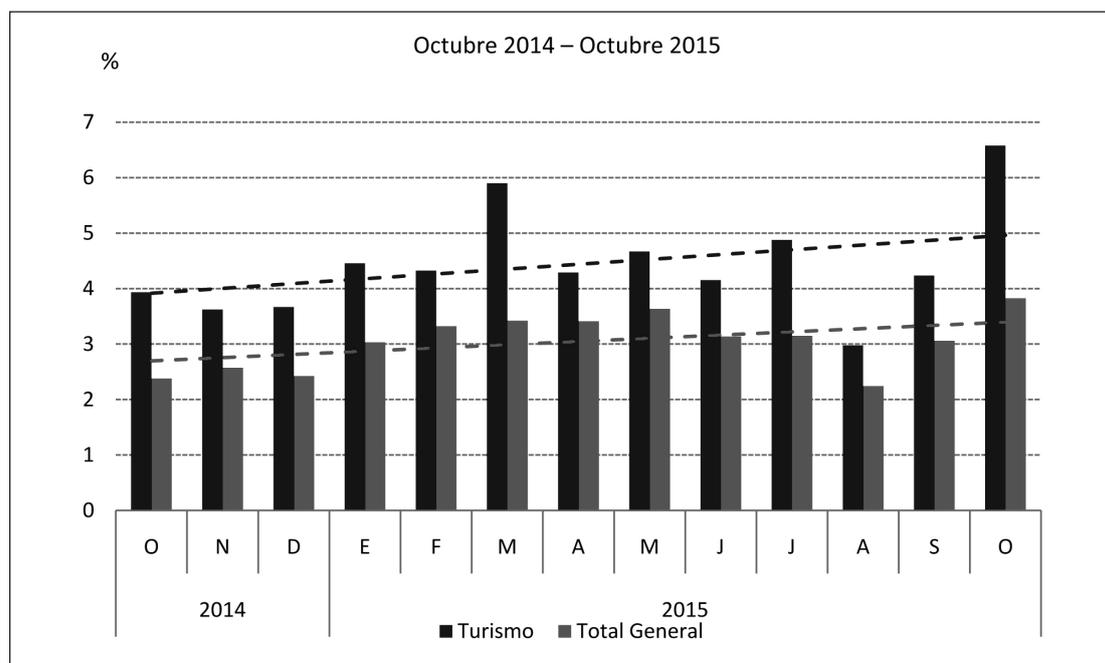
El sector turístico es un elemento muy importante en la economía de este país. Las

Cuentas Satélite del Turismo elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística estiman que su participación en el PIB del país se situaba en torno al 10,9% en el año 2012. Aunque no se dispone de una cifra oficial más actualizada, la tendencia de este sector sobre la economía del país está claramente al alza, especialmente si se considera que el 46,8% de esta aportación al PIB procedía del consumo turístico receptor, es decir visitantes no residentes en España, y los indicadores muestran un buen comportamiento del mismo: el número de turistas y excursionistas continúa batiendo records y los ingresos por turismo se mantienen en tasas de crecimiento positivas con niveles de inflación muy reducidos. Aunque el turismo es un sector transversal, si se analizan los sectores tradicionales de la economía, puede observarse que el turismo alcanza una importancia relativa en el PIB que duplica la obtenida por la construcción; y cuatro veces mayor que la lograda por la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

IV.2. Contribución en el empleo

La generación de empleo es otra de las virtudes de este sector. En los nueve primeros meses de 2015 el turismo supuso el 13% del total de ocupados en la economía nacional, con un porcentaje de parados sobre activos del 14,5% frente al 22,4% del total nacional, según la Encuesta de Población Activa elaborada por el INE, tomando el valor medio de los tres primeros trimestres del año. Respecto al número de trabajadores con alta laboral en la Seguridad Social las cifras son igualmente positivas: a lo largo de los diez primeros meses del año, el nú-

Gráfico 6
Variación interanual del número de afiliados a la Seguridad Social



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la Seguridad Social (MEySS)

mero medio de afiliados en el sector turístico se ha incrementado un 4,6% respecto al mismo período de 2014, superando los dos millones de personas según esta fuente. Éste incremento supuso para el sector más de 93 mil afiliados más que en el mismo período del año anterior, frente a un crecimiento del 3,2% a nivel nacional. En lo referente al tipo de afiliado: el número de asalariados en este sector se vio incrementado un 5,7% frente a un aumento del 1,2% de los autónomos respecto al año anterior. De acuerdo con los datos elaborados por este organismo, aproximadamente una sexta parte de la creación de empleo en la economía española en los diez primeros meses de 2015 se debió a al-

gún tipo de actividad turística, destacando la hostelería, en especial los servicios de comidas y bebidas, que supusieron el 64% del aumento de asalariados del sector.

El aumento de los ingresos por turismo y la mejora del empleo en el sector han venido acompañados, en líneas generales, de una estabilidad en los precios, aunque si bien es cierto, la rúbrica de Turismo mostró un ligero aumento en los diez primeros meses de 2015. Los datos elaborados por el INE muestran un aumento de los precios en la rúbrica de Turismo y hostelería en 2015 (datos hasta el mes de octubre) de un 0,8%, mientras que la variación del IPC general

para este mismo período fue del -0,1%. En esta misma línea, el Índice de Precios Hoteleros igualmente experimentó un crecimiento positivo del 6% en los diez primeros meses del año 2015. En líneas generales, se ha producido una moderación general de precios en toda la economía, aunque en lo que respecta al turismo éstos se han incrementado, lo cual, unido al continuo aumento de viajeros, apunta una recuperación del sector tras los tiempos de ajustes vividos.

IV.3. Contribución en la actividad empresarial

La contribución más directa en la economía se encuentra en la actividad de las empresas del sector. Las oportunidades de negocio que ofrece este sector son innumerables, por lo que es necesario centrarse en las principales actividades del mismo, obviando entidades que, aunque pertenecen a otros sectores, el turismo es su principal fuente de ingresos, pero que para determinar su implicación total sería preciso realizar un análisis más extenso, el cual no es el objeto de este artículo. Las empresas directamente relacionadas con el sector turístico español muestran en los nueve primeros meses de 2015 un aumento de su actividad. Al analizar el Indicador de Actividad del Sector Servicios elaborado por el INE, el índice de la cifra de negocios de la rama de hostelería presenta tasas interanuales de crecimiento positivas, con una variación interanual media del 4,7% para el periodo enero-septiembre del presente año. Esta tasa es ligeramente inferior a la registrada por el índice general de actividad que se sitúa en el 4,8% fuertemente impulsada por la venta de ve-

hículos, motocicletas y repuestos. La buena evolución de la actividad del sector se traduce en una buena evolución de la rentabilidad del sector hotelero. De este modo, la facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR: Average Daily Rate o tarifa media diaria) se situó en torno a 77€ en los diez primeros meses de 2015 de acuerdo con los datos elaborados por el INE, y el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR: Revenue per Available Room o facturación hotelera por habitación disponible), alcanzó los 48,6€ de media, un 10,4% más elevado que el registrado en el mismo período del año anterior.

La economía, y especialmente el sector turístico, muestran signos de recuperación y crecimiento, y los buenos resultados apuntados por éste sector tienen su reflejo en los niveles de confianza en la economía general. De acuerdo con el indicador de confianza económica, elaborado por la Comisión Europea, España se sitúa en los niveles más altos de los últimos años, antes incluso de la crisis financiera. La mejora de la confianza refleja los avances observados en el sector servicios, que superó los 20 puntos en noviembre frente a los 12,9 alcanzados el mismo mes del año pasado, así como de la industria (-1,5 puntos desde los -4 del año anterior), la construcción (-21,5 puntos desde -23,1) y el comercio minorista (15,7 puntos desde los 6,9). Así mismo, según la Encuesta de Confianza Empresarial elaborada por EXCELTUR, el 71,1% de las empresas turísticas consultadas presentaron mejores resultados, según los datos presentados en el tercer trimestre del año 2015, gracias al incremento de las ventas realizadas. Según los datos de esta encuesta, el 74,9% de las

empresas que forman parte de este estudio aumentó sus ventas respecto al año anterior. Se elevan así los niveles de confianza empresarial en prácticamente la totalidad de actividades ligadas al sector turístico, aunque las empresas de transporte son las que presentan mejoras más generalizadas en sus resultados.

V. PERSPECTIVAS DE FUTURO Y RETOS

V.1. Perspectivas de futuro

Las perspectivas turísticas para el año 2015 son buenas, con resultados positivos durante los meses que van de año en los principales indicadores turísticos y una previsión de cierre de año en la misma línea. El turismo receptor marcará nuevos máximos históricos, mientras el turismo nacional sigue en la senda de la recuperación iniciada a finales de 2013, con subidas en el número de viajes realizados en los primeros meses de 2015, según los datos disponibles de la nueva Encuesta de Turismo de los Residentes (ETR) del INE y continuados incrementos en la demanda hotelera en lo que va de año.

Las previsiones realizadas aplicando técnicas estadísticas predictivas a las series temporales de las principales variables de análisis (ARIMA Tramo-Seats), apuntan hacia una continuidad en los crecimientos registrados previamente. Se vaticina que la entrada de turistas internacionales rondará los 68 millones, mientras el gasto turístico, que también se espera que evolucione de forma positiva, superará los 66.000 millo-

nes de euros. No obstante, estas previsiones hay que tomarlas con cautela, puesto que el fenómeno turístico está influido en gran medida por el gran dinamismo del entorno económico y social, nacional e internacional.

A nivel mundial las perspectivas turísticas también son favorables, según la OMT se espera un crecimiento medio anual de los flujos turísticos del 3% entre 2010 y 2030, lo que supondría alcanzar en 2030 los 1.800 millones de turistas internacionales. No obstante, el panorama sociopolítico y económico es cambiante y está sujeto a imprevistos por lo que hay que ser prudente a la hora de interpretar estos favorables pronósticos. Este resultado tiene dos lecturas, por un lado se pone en evidencia el liderazgo español, que crece por encima de la media mundial (+7,1% en 2014), y por otro lado, se plantea para España el reto de estar preparada para beneficiarse del pronosticado incremento.

En lo que respecta al contexto económico internacional, la economía mundial se mantiene en la senda de la recuperación, si bien, se ralentiza el ritmo de crecimiento debido fundamentalmente a la debilidad mostrada por las economías emergentes. La economía española continúa recuperándose, en sintonía con la eurozona, respaldada por una sólida creación de empleo, mayores facilidades para el crédito, mayor confianza empresarial y del consumidor y los bajos precios del petróleo. Por su parte, los principales mercados emisores de turistas para España tienen expectativas de crecimiento para 2015, si bien, inferiores a las pronosticadas para España (+3,1%), según el último informe de perspectivas económicas “The

autumn 2015 forecast” publicado por la Comisión Europea (noviembre de 2015). Entre el resto, la economía británica será la que más crecerá (+2,5%), seguida de la alemana (+1,7%).

V.2. Retos

España es líder en turismo receptor a nivel mundial, posicionándose como primer destino turístico en el producto vacacional de “sol y playa”, como tercer destino por volumen de turistas recibidos y como segundo destino en ingresos por turismo. Su situación geográfica, su privilegiada climatología, su enorme hospitalidad, su elevado patrimonio cultural y artístico, su estabilidad social y política, su creciente conectividad y sus excelentes infraestructuras turísticas y de transportes son algunos de los factores clave a la hora de atraer y fidelizar al turismo internacional. Asimismo, España cuenta con unas infraestructuras hoteleras de gran calidad, que cuentan con elevado reconocimiento y prestigio a nivel internacional, hasta el punto de que España exporta su “know-how” a otros destinos turísticos, como puede ser el caso del Caribe o de China en los últimos tiempos. Este hecho incide en la internacionalización de las empresas y en la presencia del sector turístico español y sus empresas en el exterior.

Uno de los principales retos de España como destino turístico es mantener a corto y medio plazo ese liderazgo internacional, consolidando sus fortalezas frente a la creciente competencia tanto de los mercados emergentes como de los tradicionales. Este reto pasa por lograr un sector intensivo en

capital humano y no en mano de obra, donde primen la calidad y la innovación a la hora de competir, así como la productividad y la sostenibilidad y no los bajos precios, que traen consigo ajustes de costes y bajas remuneraciones.

El modelo turístico español está evolucionando hacia una menor dependencia del turismo de sol y playa, ofreciendo productos alternativos de gran potencial, entre los que destacan el turismo cultural, el gastronómico, el de compras y el de ferias y congresos. Asimismo, se está adaptando a las nuevas necesidades y demandas de los turistas, manteniendo los estándares de calidad que siempre le han acompañado y una importante posición competitiva frente a los demás mercados. El logro de estos importantes retos, que traen consigo la mejora de la competitividad del modelo turístico, se apoya en dos paradigmas, el turismo digital y la sostenibilidad.

En el siglo XXI es clave el uso masivo de las nuevas tecnologías y que han posibilitado la era del turismo digital, donde los tradicionales canales de comunicación entre oferta y demanda desaparecen para dar paso a los canales ligados a las nuevas tecnologías. Desde el punto de vista de la demanda asistimos a la proliferación de las agencias de viaje on-line, las APPS para móviles para contratar servicios turísticos y la interactividad de los viajeros en Internet (a través de las comunidades de usuarios, redes sociales, etc.). Desde el punto de vista de la oferta, las empresas turísticas se enfrentan a la necesidad de adaptar su gestión interna y las relaciones con clientes y proveedores a las nuevas tecnologías, lo que les obliga a

utilizar el marketing web y las redes sociales para posicionar sus productos y fidelizar a los clientes. En esta línea destaca la iniciativa llevada a cabo por la administración turística española bajo el liderazgo de la Sociedad Estatal para la Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), que, a partir de la explotación de ingentes volúmenes de datos (BIG DATA), ha puesto en marcha los llamados “destinos turísticos inteligentes” (DTI), que son definidos como “Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino”. Por tanto, su implementación da respuesta, por un lado, a las nuevas demandas del turista, que aumenta su nivel de satisfacción, y por otro, a las necesidades del sector turístico de adaptación a las nuevas tecnologías, lo que le hace más eficiente. Todo ello redundará en una mayor productividad, competitividad y sostenibilidad del modelo turístico español.

El turismo no se concibe sin la sostenibilidad, por la especial vinculación que hay entre turismo y territorio y por la exigencia cada vez más ferviente de los turistas de un entorno no degradado, auténtico, diferenciado y natural. El paradigma de la sostenibilidad turística es uno de los incondicionales de la mejora de la competitividad del modelo turístico, que llevará a mantener la posición de liderazgo internacional de la que goza España.

En el lado opuesto, se sitúan las debilidades y amenazas que azotan al modelo turístico español, a las que hay que hacer frente para lograr la competitividad, productividad y sostenibilidad anheladas. Una de las mayores debilidades del sector turístico español es la marcada estacionalidad de los flujos turísticos, que se concentran en los meses estivales en gran medida. Este hecho incide negativamente en la actividad económica de los destinos turísticos (que se concentra en pocos meses), en el aprovechamiento de la capacidad turística instalada, en la temporalidad de los empleos y en definitiva, en la eficiencia del modelo turístico. Al mismo tiempo, esta práctica conlleva un fuerte impacto medioambiental y un deterioro de los recursos naturales, sobrecargando el entorno en los meses fuertes.

Al mismo tiempo, España tiene una elevada dependencia de sus tres principales mercados emisores internacionales, Reino Unido, Alemania y Francia, que concentran más de la mitad de las entradas recibidas en el año. A pesar de ello, se observa una diversificación de los mercados cada vez mayor, favorecida por la irrupción de determinados mercados emergentes con enorme potencial y la consolidación de algunos mercados maduros. Destaca la presencia alcanzada por el mercado ruso, a pesar de su último año de descensos se ha conseguido mantener más de un millón de llegadas al año, así como la importante aportación al crecimiento de los mercados asiáticos. Coincide que las comunidades autónomas a las que se dirigen estos otros mercados no tienen exclusivamente oferta de sol y playa, por lo que, queda vin-

culada la descentralización de los mercados con el empuje que se está dando en los últimos tiempos a los nuevos segmentos turísticos (Cultural, naturaleza, gastronomía,...). No obstante, queda mucha tarea por hacer puesto que, la desproporción existente entre la oferta de estos productos y la oferta de sol y playa sigue siendo elevada, constituyendo otra de las debilidades del modelo turístico español, además esto provoca que no todas las CCAA se benefician por igual del motor turístico, siendo las insulares y mediterráneas las más beneficiadas.

En relación a las amenazas, se debería tener en consideración el contexto económico y social a nivel internacional, condicionado por la incertidumbre económica asociada al debilitamiento de las economías asiáticas, a la frágil recuperación europea, a la inestabilidad de los mercados de divisas y financieros, etc., siendo más preocupante el contexto de inseguridad generado por la amenaza terrorista tras los atentados en 2015 en países occidentales por su influencia negativa en los flujos turísticos.

En conclusión, el sector turístico español, clave y estratégico en la economía nacional desde mediados del siglo pasado, sigue ocupando una posición de liderazgo a nivel mundial, además con potencial de desarrollo y crecimiento. Y para ello ha sido fundamental la adaptación realizada al dinámico entorno, económico, social y tecnológico, y a las preferencias y demandas del turista del siglo XXI. Las políticas turísticas deben continuar en la línea de fomentar las fortalezas y aprovechar las oportunidades, a la vez que corregir las debilidades e ir su-

perando aquellas amenazas detectadas en el sector turístico. Se debe sacar partido a la posición alcanzada por el sector, reducir la estacionalidad del modelo, diversificar los mercados emisores internacionales y los productos turísticos ofrecidos, minorando el impacto medioambiental y desarrollando, por otra parte, modelos de gestión público-privados para implicar más a los diferentes agentes turísticos, dotando así de mayor valor y calidad a la oferta turística. Todo esto redundará sin duda en la mejora del modelo turístico español, que será más productivo, más competitivo y más sostenible.

BIBLIOGRAFIA

- BANCO DE ESPAÑA (2015): *Boletín Económico*. Agosto 2015. Madrid.
- BANCO DE ESPAÑA (2015): *Balanza de pagos y posición de inversión internacional, cuadro 17.3*. Agosto 2015. Madrid.
- COMISIÓN EUROPEA (2015): *Indicador de Sentimiento Económico (ISE)*. Agosto 2015. Bruselas.
- EXCELTUR (2015): *Encuesta de Confianza Empresarial*. 2º trimestre de 2015. Año 2015. Madrid.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2015): *Informe mensual de comercio exterior*. Junio 2015. Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2015): *Panorama del turismo mundial*. Septiembre 2015. Madrid.
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (2015): "Economic impact of Travel & Tourism 2015". Reino Unido 2015.
- WORLD ECONOMIC FORUM (2014): *Global Competitiveness Report 2015-2014*. Enero 2015. Suiza.

WORLD ECONOMIC FORUM (2015): *Travel & Tourism Competitiveness 2015*. Abril 2015. Suiza.

SITIOS WEB CONSULTADOS

ADEAC (Asociación De Educación Ambiental y del Consumidor) [en línea]. Madrid: http://www.adeac.es/bandera_azul

ADIF y ADIF Alta Velocidad, (2015) [en línea]. Madrid: http://www.adif.es/es_ES/conoceradif/doc/CA_DRed_Completo.pdf. http://www.adifaltavelocidad.es/es_ES/conocenos/doc/CA_DRed_Completo.pdf

Comisión Europea (varios años), [en línea]. Bruselas: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/forecasts_en.htm

EUROPARC-España (2015), [en línea]. Madrid: http://www.redeuroparc.org/img/publicaciones/anuario2013_ENE2015.pdf

Eurostat (varios años), [en línea]. Luxemburgo: <http://ec.europa.eu/eurostat/help/new-eurostat-website>

Exceltur (varios años), [en línea]. Madrid: <http://www.exceltur.org/>

GUÍA MICHELIN 2015 [en línea]. Madrid: <http://www.viamichelin.es/web/Restaurantes>

Instituto para la Calidad Turística Española (Entidades Certificadas Q de Calidad Turística) [en línea]. (2015) [en línea]. Madrid: <http://www.profesionales.calidadturistica.es/index.aspx>

Instituto Nacional de Estadística (varios años), [en línea]. Madrid: <http://www.ine.es>

Intelitur [en línea]. Madrid: <http://www.intelitur.es/webcenter/portal/Intelitur/Servicios/Conocimiento-turistico/>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, (Directorio de Museos y Colecciones de España) [en línea]. Madrid: <http://directoriomuseos.mcu.es/dir-museos/mostrarBusquedaGeneral.do>

Puertos del Estado (2015) [en línea]. Madrid: http://www.puertos.es/es-es/estadisticas/Paginas/estadistica_mensual.aspx

Sociedad Estatal para la Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) (varios años), [en línea]. Madrid: www.segittur.es

RENFE operadora (2015) [en línea]. Madrid: http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/ATENCION_CIUDADANO/INFORMACION_ESTADISTICA/Transporte/RENFE/

Turespaña, Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, (varios años y diferentes estadísticas: Movimientos turísticos en Frontera (FRONTUR), Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) y Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)), [en línea]. Madrid: <http://estadisticas.tourspain.es/>

UNESCO (2015) [en línea]. París: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

World Economic Forum [en línea]. Suiza: <http://www.weforum.org/>

NOTAS

(1) Mide los diferentes factores atractivos para realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector turístico de un país específico. Desde el punto de vista de la oferta es de gran utilidad pues mide la atracción de la oferta turística o del negocio en torno al turismo de un país en comparación con los países del resto del mundo.

(2) El tráfico aéreo comprende las salidas y entradas de cada aeropuerto.

(3) Tanto los cruceros como crucerista y pasajeros se contabilizan cuando embarcan y desembarcan en los puertos de España por lo que puede existir duplicidad en el dato.