



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

EL TURISMO COMO MOTOR ECONÓMICO EN TIEMPOS DE CRISIS

2008-2013/14

Autor: Cristina Polo González
Director: Rosa María Martínez Cal

Madrid
Marzo 2015

Cristina
Polo
González

EL TURISMO COMO MOTOR ECONÓMICO EN TIEMPOS DE CRISIS



Resumen

En este trabajo se desarrolla la evolución del sector turístico en los años centrales de la crisis económica, demostrando su resistencia y confirmando su importancia dentro de la economía nacional. Uno de los principales indicadores ha sido su mayor y constante aportación al PIB así como el mantenimiento del empleo, mientras se destruía en el resto de sectores económicos. Estos buenos datos sectoriales han sido también apoyados por factores exógenos a los intervinientes en la cadena, la depreciación del euro y el desvío de flujos turísticos desde determinados países árabes, por las tensiones sociopolíticas que mantienen, han colaborado decisivamente.

Palabras clave: turismo, España, economía, crisis, PIB, crecimiento.

Abstract

This paper studies the development of tourism during the economic crisis, demonstrating its strength and importance within the national economy. The most important factors have been a higher and constant contribution to the GDP and to maintaining employment, while other economic sectors have been destroying it. This positive sectorial data was also supported by other exogenous variables which are involved in the tourism chain. The depreciation of the euro and the diversion of tourism from certain Arab countries which have socio-political tensions, have contributed decisively to the success of tourism.

Key words: tourism, Spain, economy, crisis, GDP, growth.

Abreviaturas

11-M	11 de Marzo de 2004, atentado de Al Qaeda en Madrid
ADEAC	Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor
AENA	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea
AL	Albania
AT	Austria
BA	Bosnia-Herzegovina
BBVA	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria
BE	Bélgica
BG	Bulgaria
CBC	Compañías de Bajo Coste
CCAA	Comunidades Autónomas
CH	Suiza
CY	Chipre
CZ	República Checa
DE	Alemania
DIRCE	Directorio Central de Empresas
DK	Dinamarca
EA-18	Euro Área formada por 18 países
ECB	European Central Bank
EE	Estonia
EGATUR	Encuesta del Gasto Turístico
EL	Grecia
EOI	Escuela de Organización Industrial
ES	España
EU-15	Unión Europea compuesta por 15 miembros
EU-28	Unión Europea compuesta por 28 miembros

EUROSTAT	Statistical Office of the European Communities
EXCELTUR	Alianza para la Excelencia Turística
FAMILITUR	Movimientos Turísticos de los Españoles
FEADPT	Federación Española de Puertos Deportivos y Turísticos
FEHR	Federación Española de Hostelería
FI	Finlandia
FR	Francia
FRONTUR	Movimientos Turísticos en las Fronteras
HR	Croacia
HU	Hungría
IAG	International Airlines Group
ICTE	Instituto para la Calidad Turística Española
IE	Irlanda
IET	Instituto de Estudios Turísticos
IMPACTUR	Impacto Económico del Turismo
INE	Instituto Nacional de Estadística
IS	Islandia
IS	Islamic State
ISTE	Índice Sintético del PIB Turístico Español
IT	Italia
LGBT	Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales
LT	Lituania
LU	Luxemburgo
LV	Letonia
ME	Montenegro
MECD	Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
MK	República de Macedonia

MT	Malta
NL	Países Bajos
NO	Noruega
OMS	Organización Mundial de la Salud
OMT	Organización Mundial de Turismo
PIB	Producto Interior Bruto
PIIGS	Portugal, Italia, Irlanda, Grecia y España
PL	Polonia
PNIT	Plan Nacional Integral de Turismo
PT	Portugal
RO	Rumania
RS	Serbia
SE	Suecia
SI	Eslovenia
SK	Eslovaquia
SUE	Sistema Universitario Español
T4	Terminal 4 del Aeropuerto de Madrid - Barajas
TR	Turquía
UE-27	Unión Europea compuesta por 27 miembros
UK	Reino Unido
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	World Tourism Organization

Índice

1. Introducción	9
1.1 Objetivo	9
1.2 Metodología	9
1.3 Marco teórico	10
2. Turismo.....	12
3. Tipos de Turismo	13
3.1 Turismo vacacional.....	13
3.2 Turismo cruceros	14
3.3 Turismo deportivo	14
3.4 Turismo de salud y bienestar	17
3.5 Turismo gastronómico.....	17
3.6 Turismo de compras.....	18
3.7 Turismo cultural	18
3.8 Turismo educativo (Idiomático y Erasmus o convenios internacionales)	20
3.9 Turismo de LGBT.....	22
4. Evolución del turismo en España	24
4.1 Turismo receptor.....	24
4.2 Excursionistas	28
4.3 Turismo interno	29
4.4 Gasto de los turistas	30
4.5 La evolución de la hostelería	31
5. Aportación del turismo a la economía	34
5.1 PIB vs PIB turístico	34
5.2 Contribución del turismo al PIB.....	35
5.3 Empleo.....	36
5.4 Balanza de pagos	39
6. Análisis de DAFO del Turismo en España	41
6.1 Fortalezas	41
6.1.1. Marca España	41
6.1.2. Infraestructuras	41

6.1.3. Clima, situación geográfica y naturaleza	45
6.1.4. Situación geopolítica (zona euro)	45
6.1.5. Nivel de vida	46
6.1.6. Tipo de cambio	47
6.1.7. Creación de las compañías aéreas “low cost”	49
6.1.8. Nuevas tecnologías.....	51
6.2. Debilidades	52
6.2.1. Fronteras	52
6.2.2. Demanda concentrada	52
6.2.3. Sujeto a vaivenes económicos.....	52
6.2.4. Alta estacionalidad	53
6.3. Oportunidades.....	53
6.3.1. Exploración y desarrollo de mercados emergentes	53
6.3.2. Incremento del atractivo de la oferta.	54
6.3.3. Envejecimiento de la población en Europa	54
6.3.4. Depreciación del euro.....	55
6.4. Amenazas	55
6.4.1. Competidores	55
6.4.2. Reducción de turismo emisor.....	56
6.4.3. Terrorismo	56
7. Conclusiones.....	57
8. Futuras líneas	58
9. Bibliografía	59
10. Anexos.....	65

1. Introducción

1.1 Objetivo

El trabajo de investigación que se presenta, se centra en hacer una radiografía del sector turístico en España, mostrando a través del análisis de la distinta información pública disponible, las características de este sector de la economía, así como la importancia del mismo durante los años considerados centrales de la crisis económica (2008 – 2013/4).

A través de estas páginas se intentará demostrar la importancia del sector del turismo en el crecimiento de la actividad económica en España y su notable contribución a la sostenibilidad del PIB compensando las caídas en otros sectores y sobre todo, mostrando la sustitución del consumo interior por el incremento de visitas foráneas.

Gracias al contenido de este informe, con alta presencia de datos cuantitativos, el lector podrá conocer la importancia de este sector clave en la economía española.

1.2 Metodología

Para conseguir el objetivo, se ha recurrido a la búsqueda y revisión bibliográfica de distintos documentos y a la información que ofrecen los distintos organismos e instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales, desde las que se analizará el sector turístico a nivel de aportación a la actividad económica y a la social.

El trabajo comenzó con el acceso a las fuentes que intuitivamente podían ser las más lógicas a las que se podía acudir como el Ministerio de Energía, Industria y Turismo, al Instituto Nacional de Estadística, Banco de España, Eurostat, Organización Mundial del Turismo, Instituto de Estudios Turísticos y acudiendo a distintas bases de datos en busca de publicaciones.

Debido a la importancia que ha adquirido con el tiempo el sector turístico, éste ha dado lugar a que distintos organismos presten más atención a este sector y creen con frecuencia estadísticas e informes especializados a los que se ha recurrido como FRONTUR (Movimientos Turísticos en las Fronteras), EGATUR (Encuesta del Gasto Turístico), FAMILITUR (Movimiento Turístico de los Españoles), informes de compañías de bajo coste, hábitos turísticos, Cuenta Satélite de Turismo publicada por el INE, Plan Nacional de Turismo, Plan de Turismo de Compras, Turismo de Salud y observatorios de estadísticas turísticas de comunidades autónomas entre otros.

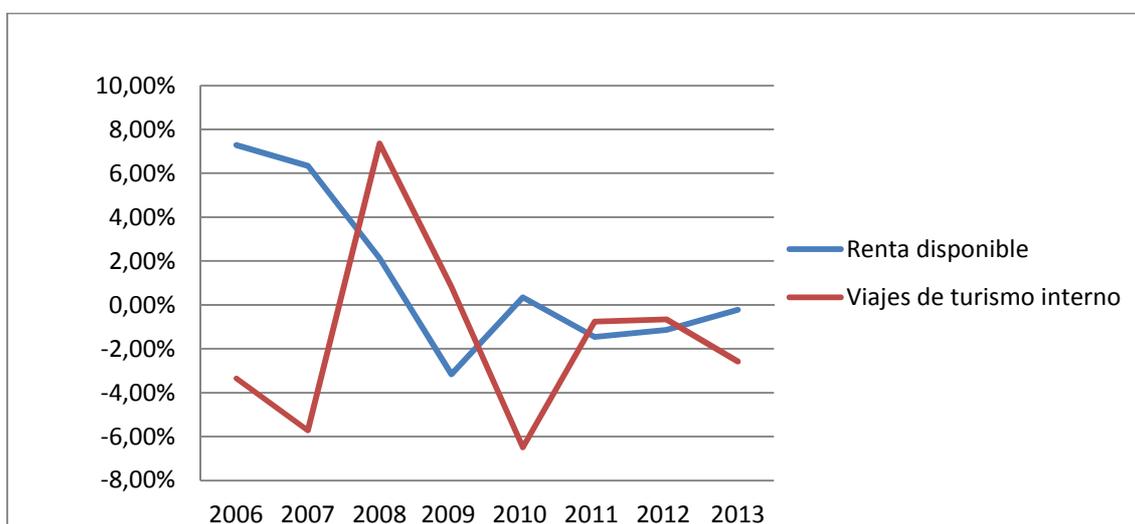
Con la información recogida se procedió al análisis de la misma, basado en datos estadísticos (cuantitativos y cualitativos) disponibles, gran parte de ellos obtenidos como se ha dicho anteriormente de fuentes consideradas oficiales, alcanzando conclusiones concretas de esta actividad, así como de datos procedentes de organizaciones empresariales, estudios de organismos que fomentan o son patrocinados por intervinientes en esta actividad.

1.3 Marco teórico

A la vista de una crisis que tiene efectos en los hogares, con reducción de salarios, generando un alto desempleo, continuamente informados por los medios de grandes dramas personales como embargos, desahucios y pérdidas de ahorros, las personas intentan cambiar sus hábitos de consumo, procurando gestionar el ahorro, cuando existe, optimizando sus ingresos y limitando el gasto en bienes y servicios no imprescindibles.

El turismo es calificado como un sector estratégico en la economía española, no siendo considerado un bien de lujo, con todas las matizaciones que puedan existir dependiendo de cada capa de la sociedad, ya que en los distintos hogares se intenta hacer un esfuerzo aun en tiempos adversos para poder realizar escapadas o tener unos días de vacaciones.

Gráfico 1: Comparación de la variación de la renta disponible de España y del número de viajes del turismo interno (2006-2013)¹



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE e IET

Ante la crisis que está viviendo España, con una disminución importante del consumo privado, el turismo está siendo un recurso a la hora de tirar de la economía ya que aunque esta crisis económico - financiera ha sido mundial, no ha afectado de la misma manera a todos los países, siendo los más perjudicados los denominados PIIGS (Portugal, Italia, Irlanda, Grecia y España).

¹ Los datos referentes a la renta disponible en los años 2010, 2011 y 2012 son provisionales. El dato referente a 2013 es un avance (INE).

El turismo se ha convertido en uno de los sectores que más peso tiene en la economía y que más está creciendo en los últimos años, aportando un 9,5% al PIB mundial en 2013, llegando a alcanzar los \$7.289bn en 2014 (9,6%) y con un crecimiento sostenido futuro que hace que existan previsiones para alcanzar el 10,3% del PIB mundial en 2024. La evolución ha sido imparable pasando de cifras en 1950 de 25 millones de turistas a 1.087 millones en 2013 y creando actualmente 1 de cada 11 empleos (OMT, 2014).

“Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y a la generación de empleo y oportunidades de negocios. El gasto turístico representa una inyección de dinero en la economía local de un destino” (Brida et al., 2008).

El gasto que se realiza, es difícil de medir ya que incluye distintos tipos de negocios: alojamiento (hoteles, hostales, apartamentos...), restauración (cafeterías, restaurantes...), medios de transporte (avión, barco, trenes, alquiler de coches...), distintas actividades de ocio como compras, museos, deportivas, espectáculos, etc.

En el estudio “La contribución del turismo al crecimiento económico”, realizado por Brida, Pereyra, Such y Zapata en el año 2008, llegaron a resultados en los que en España el sector de turismo tenía más importancia en los años de la muestra (1996-2003) en comparación con otros países que la OMT consideraba que eran potentes en este sector como Reino Unido, Estados Unidos o Francia.

Aun habiendo perdido fuelle durante los años en los que la crisis empezaba a azotar España, el turismo ha seguido teniendo una alto peso en el PIB, aportando un 10,7%. (Vacas y Landeta, 2009).

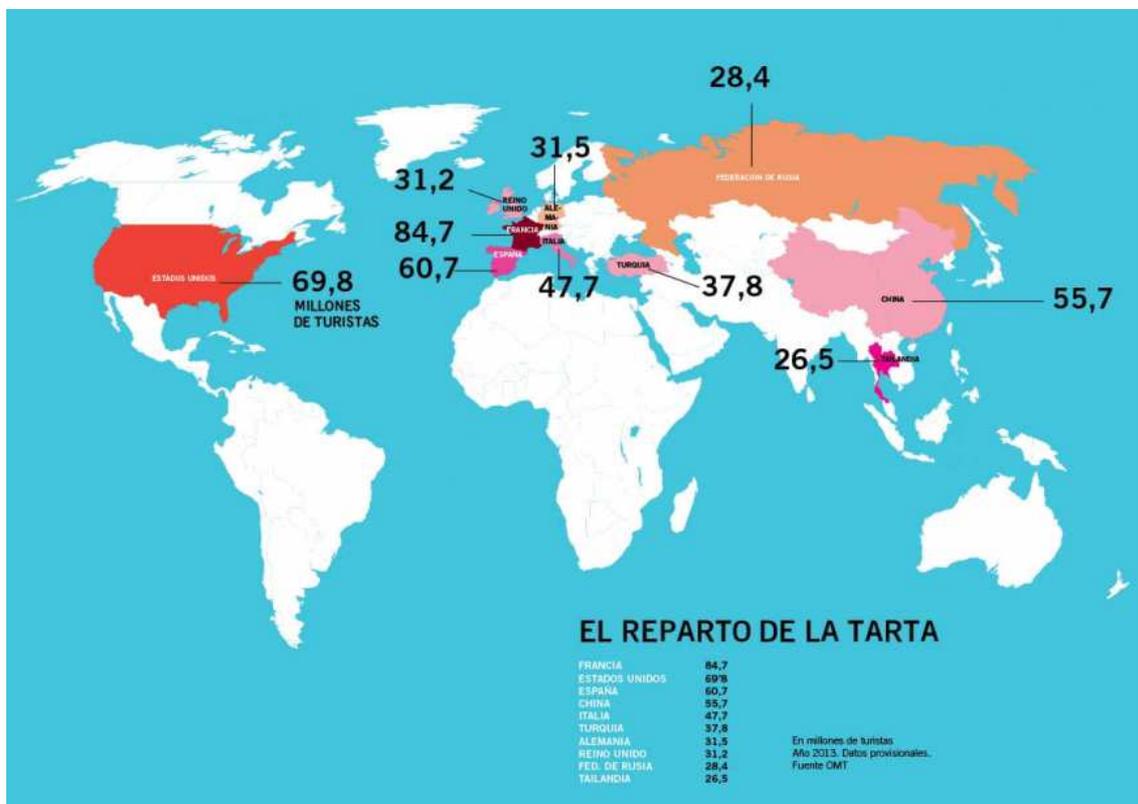
En general, de acuerdo con el estudio de Vacas y Landeta de 2009 de la “Aproximación al último medio siglo del turismo en España. 1959-2009”, se afirma que dicho sector ha resistido mejor que otros a las distintas crisis que han tenido lugar en la historia y en distintos países como la Guerra del Golfo, la crisis del petróleo, los atentados terroristas de Nueva York y Madrid, entre otros. Además también se afirma que después de la Guerra Civil Española, el turismo contribuyó de forma determinante a la reconstrucción de la economía nacional.

2. Turismo

“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, 1994).

Según la publicación de UNWTO Tourism Highlights 2014, actualmente, el ranking de los países más visitados lo lidera Francia, seguido de Estados Unidos y situándose España en un tercer puesto con 60,7 millones de visitantes en 2013, un 5,6% más que el año anterior. De ellos más de la mitad, un 55,5%, proceden de Reino Unido, Alemania y Francia.

Imagen 1: Mapa de los principales países receptores de turismo en 2013



Fuente: IET

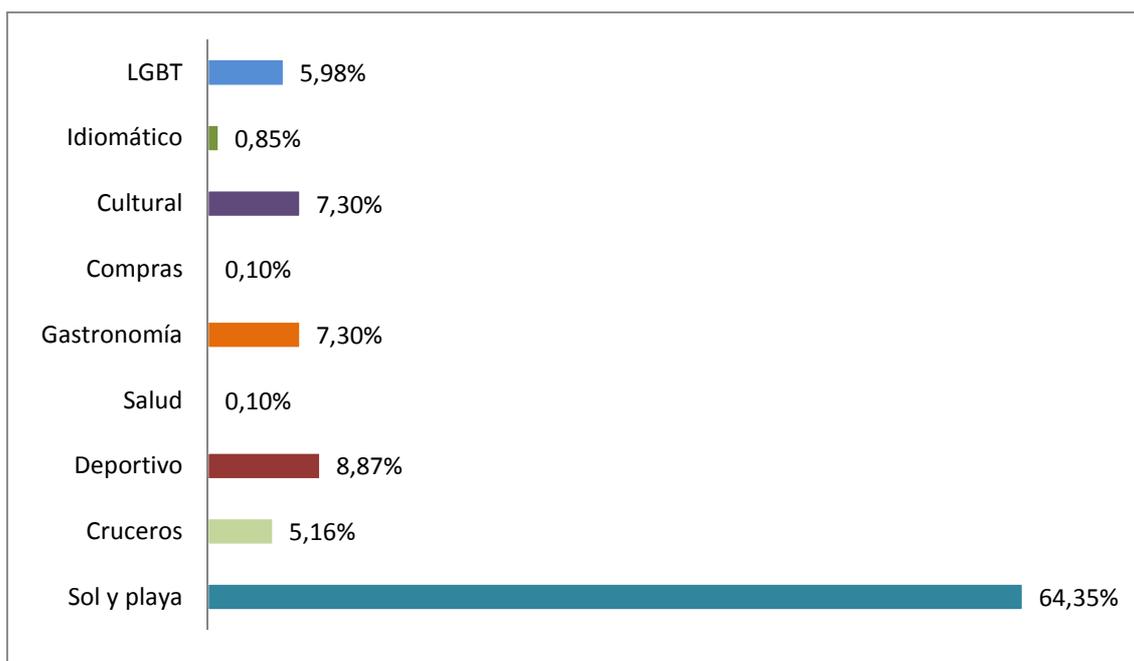
Por otro lado, según el número de pernoctaciones, Eurostat sitúa a las Islas Canarias como la principal región europea con 89,3 millones de pernoctaciones. Cataluña se sitúa en el 3º puesto con 70,5 millones seguida de las Islas Baleares con 65,3 millones. En este ranking de las top 20 regiones de UE-27 también se encuentran Andalucía en la octava posición y la Comunidad Valenciana en la duodécima.

En cuanto a la competitividad turística, el índice Travel & Tourism Competitiveness del Foro Económico Mundial, sitúa a España en el cuarto puesto del ranking de 2013.

3. Tipos de Turismo

Hace unos años, el esfuerzo que hacían los distintos organismos para la promoción del turismo, se lo dedicaban únicamente al turismo vacacional de sol y playa, pero actualmente, se ha optado por la diversificación y gracias a las nuevas tecnologías y fuentes de información se está impulsando otros tipos de turismo (Sánchez y García, 2003).

Gráfico 2: Reparto del turismo (incluyendo excursionistas) en 2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET, Hosteltur, MECD, OMT y Tourspain

Se pueden distinguir distintas modalidades de turismo, cada una orientada a un perfil de cliente o a un momento determinado. En este apartado se hará mención a cada tipo y a sus particularidades en España.

3.1 Turismo vacacional

Este tipo de turismo, también llamado turismo de “sol y playa”, es el que más presente está en España y el que mayor número de turistas aporta. España es considerada el principal destino para esta modalidad, por delante de Italia y Francia.

Gracias a la temperatura, a los 8.000 kilómetros de costa y a los más de 3.000 puntos catalogados como playa, España es un perfecto destino para este tipo de turismo. Cuenta con 664 playas y puertos calificados con bandera azul por tener unos estándares de calidad de las aguas de baño, información y educación ambiental, gestión ambiental y seguridad, servicios e

instalaciones (Blueflag, 2015). Por otro lado, 170 playas poseen la Q de calidad, otorgada por el ICTE, que buscan una continua satisfacción del turista y mejora de las mismas (Turespaña, 2015).

3.2 Turismo cruceros

Este tipo de turismo podría ir incluido en el turismo vacacional, pero debido a la importancia que ha adquirido en estos últimos años, se ha preferido dedicarle un epígrafe.

De acuerdo con el Consejo Europeo del Crucero, España se encuentra entre el top 5 de los países en los que el sector del crucero tiene mayor impacto económico. Los gastos directos que se realizaron en 2013 fueron de 13.058 millones de euros (un 2,2% menos que el año anterior) y se proporcionaron 25.620 empleos. La compensación total del sector fue de 763 millones de euros.

Por número de pasajeros que embarcaron, España se sitúa en la segunda posición después de Italia con un total de 5.236.000 pasajeros, un 16,8% del total en 2013. Los puertos de embarcación más importantes son Barcelona, Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife y Málaga.

Los puertos españoles, recibieron alrededor de 5,2 millones de pasajeros de cruceros en 2013, manteniéndose en la segunda posición desde 2010 y siendo Barcelona el principal puerto tanto español como europeo, recibiendo unos 2,6 millones de pasajeros.

Según los datos de Hosteltur sobre el turismo de cruceros de 2014, España recibió 7,6 millones de cruceristas. Barcelona en este caso recibió un 9% menos de pasajeros que en 2013 y un 9,68% menos cruceros que hace un año.

Las previsiones para 2015 son positivas para la industria, ya que se espera que uno de cada diez turistas que visite España lo realice en un crucero.

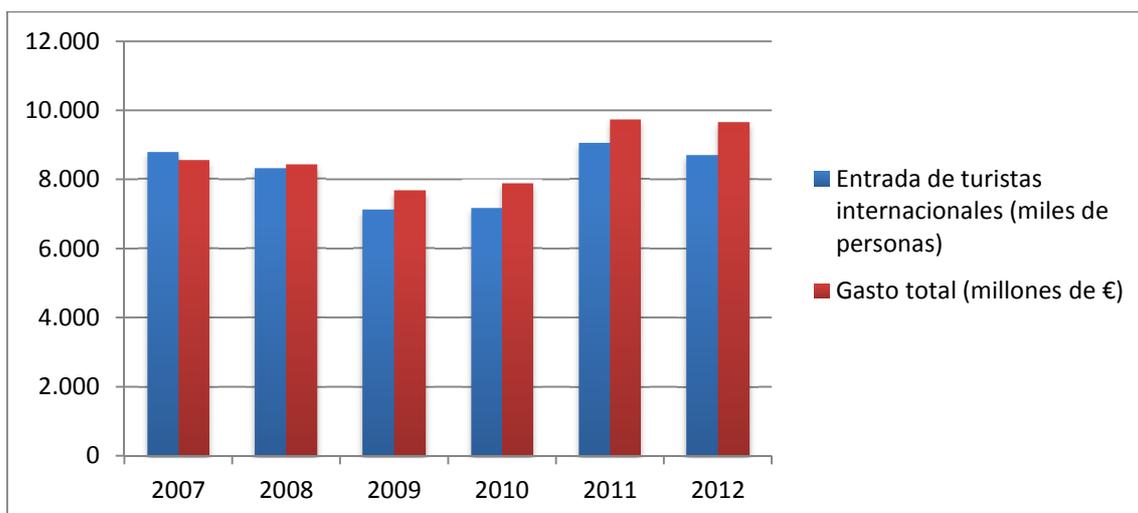
3.3 Turismo deportivo

Al referirse al turismo deportivo, se debe hacer una distinción: práctica de ocio o tiempo libre y el profesional o deporte como espectáculo.

Las buenas condiciones climáticas así como las facilidades que prestan las dotaciones en infraestructuras, hacen que España sea un referente para la práctica del turismo deportivo.

Según datos del Instituto de Estudios para el Turismo, el 2,6% del total de viajes de turismo interior se produce por turismo deportivo, realizándose un total de 2.275.000 desplazamientos con una cifra de negocio de 523 millones de euros, por otro lado el turismo internacional aporta más de 9.000.000 de viajes, datos de 2013.

Gráfico 3: Evolución del gasto y la entrada de turistas internacionales que realizan actividades vinculadas al deporte y el gasto que realizaron durante su estancia en España



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del MECD

El número de turistas internacionales que llegaron a España y que realizaron alguna actividad relacionada con el deporte, fueron un 15% del total, es decir, casi 8,8 millones de personas en 2007. En los dos años sucesivos de la muestra, 2008 y 2009 presentó una caída del 5% y del 14% respectivamente, recibiendo en 2009 un total de 7,1 millones de personas (un 13,7% del total de turistas internacionales). Ahora bien, en 2010 y sobre todo en 2011 cambia la tendencia creciendo un 1% y un 26% alcanzando este último año más de 9 millones de turistas, un 16% del total. Por último en 2012 presento una caída del 4%, perdiendo 339.000 turistas.

Teniendo en cuenta el sexo del turista, según los datos ofrecidos por el Ministerio de Deporte, se puede decir que durante los años de la muestra, por cada mujer hay 1,8 hombres, es decir prácticamente el doble.

Respecto al gasto que estos turistas realizaron en España, se puede apreciar en el gráfico que sigue la misma tendencia que la entrada de turistas. Sin embargo, el gasto en 2008 y 2009 presentó una caída menos pronunciada en comparación con la entrada de turistas al disminuir en un 2% y 9% respectivamente, aportando unos ingresos al país de 8.412 y 7.665 millones de euros. Por otro lado se puede apuntar que aunque el gasto total disminuyó en dichos años, el gasto medio aumentó respecto a 2007 en un 4% en 2008 continuando en 2009 con una subida del 6% llegando a los 1.078€. Siguiendo la tendencia de la entrada de turistas, el gasto aumentó un 3% en 2010 y un 24% en 2011, teniendo ese año unos ingresos de 9.717 millones de euros y un gasto medio de 1.075€. Por último en 2012, el gasto se redujo en un 1%, menor a la reducción que tuvo la entrada de turistas internacionales (4%). El gasto medio en dicho año fue el mejor de la muestra superando los 1.100€.

Turismo de aventura

En los últimos años, el deporte de aventura en el mundo ha triplicado su volumen de negocio pasando de 62.000 millones de euros en 2009 a 197.000 millones en 2013, creciendo a un ritmo anual del 65% según datos de George Washington University y la Asociación Internacional de Empresarios Especializados recogidos por Hosteltur, haciendo que en España existan más de 1.300 empresas dedicadas a esta actividad, según datos de la agencia de seguros Intermundial, compañía especializada en viajes que cubre los riesgos derivados de esta actividad.

España goza de numerosas oportunidades para practicar turismo de aventura ya sea desde los pacíficos paseos a caballo, senderismo o rutas en bicicleta por prácticamente toda la geografía nacional a descensos de barrancos o ríos de aguas bravas en el Pirineo.

Turismo de golf

Dentro del turismo deportivo, merece la pena pararse en el turismo de golf, siendo una de las líneas prioritarias de desarrollo por parte del Instituto de Turismo de España. En el mundo existen alrededor de 80 millones de jugadores pudiendo llegar a alcanzar los 120 millones en pocos años. En Europa el golf representa más de 1,6 millones de viajes anuales de los que un 60% se producen cruzando fronteras. En el mercado europeo España tiene una cuota de mercado cercana al 35% generando un volumen de negocio de más de 1.200 millones de euros, siendo el primer destino turístico europeo. Los factores clave para estar en esta posición privilegiada se refieren al nivel y diversidad de los campos, la gran calidad de los alojamientos así como tener garantizado el buen tiempo, pudiendo jugar prácticamente durante todo el año dependiendo de la región escogida.

Desde los años 90 el crecimiento en la construcción de campos de golf ha sido imparable, en la actualidad existen más de 600 clubs afiliados a la Real Federación Española de Golf.

El perfil del turista de golf es de alta calidad, que disfruta además del deporte de la gastronomía, de las compras así como de las excursiones culturales.

El gasto diario estimado pasa de los 170€ de los golfistas británicos a los 230€ de los escandinavos. La duración media de los viajes es de siete noches, alojándose en hoteles de cuatro y cinco estrellas, jugando en cuatro campos diferentes. La nacionalidad del turista revela el destino elegido para jugar ya que los escandinavos y británicos prefieren la Costa del Sol, los franceses la Costa Brava y los alemanes viajan por todas las regiones, incluidas las Islas Canarias.

Turismo de deporte como espectáculo

Este tipo incluye a los turistas que acuden a España para presenciar la práctica de un deporte por jugadores profesionales tanto de competiciones nacionales como internacionales. El deporte "rey" como espectáculo en España es el fútbol. La actual Liga BBVA es una de las principales competiciones futbolísticas, donde juegan profesionales mundialmente conocidos.

Por lo tanto, es común ver cada semana a turistas acudir a los partidos o a los museos de los principales equipos.

Dado el prestigio internacional del fútbol español tanto a niveles de club como de selección nacional en los últimos años, cada verano llegan a España centenares de niños y adolescentes de países como Italia, Francia, Estados Unidos, México, Venezuela o China para aprender en distintas escuelas y centros deportivos.

3.4 Turismo de salud y bienestar

El informe elaborado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) sobre el Turismo de Salud en España a finales del 2013, pone de manifiesto que el sistema de salud en España está valorado por la OMS como el 7º mejor del mundo y según la revista Newsweek como el 3º.

España cuenta con grandes profesionales de la medicina y numerosos hospitales y centros pioneros. Por esta razón existe el llamado turismo de salud que se puede definir como, una modalidad de turismo que está teniendo cada vez más repercusión al ser un proceso en el que un turista viaja a un país distinto al que reside para poder recibir servicios médicos. Según un estudio del IET en el que se observan los motivos de las visitas a España, en el apartado de motivos personales, aparte de incluir compras, visitas a familiares también incluye motivos sanitarios. Estas visitas suponen un 1,4% del total de visitantes en 2013.

Por otro lado, el turismo de bienestar, relax o wellness es considerado un subsegmento del turismo de salud, en el que personas cuyo estado de salud es bueno acuden a balnearios, spas o centros especializados en determinados tratamientos para desconectar, alejarse de la rutina y relajarse. Este subsegmento combina y complementa perfectamente con los tipos de productos turísticos destacados en este informe. Así, la consultora DBK, en su estudio “Análisis del Sector de Balnearios (julio 2012)”, indica que el incremento de facturación en servicios de salud y bienestar del 10,9% hasta llegar a los 3.250 millones de euros, se debió principalmente al dinamismo de la demanda extranjera.

Las principales zonas donde se encuentran los establecimientos que prestan estos servicios se concentran en zonas consolidadas como Mallorca, Alicante y Costa del Sol, los grandes núcleos urbanos como Barcelona y Madrid, las zonas cercanas a fronteras naturales como Badajoz y determinadas provincias con una gran especialización en tratamientos y donde están radicados establecimientos de gran prestigio internacional como Navarra y Asturias.

3.5 Turismo gastronómico

Además de haberse considerado la dieta mediterránea que caracteriza a los países del sur de Europa como España, Portugal, Grecia o Italia Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, España tiene numerosos restaurantes y espacios gastronómicos que suponen un atractivo turístico debido a los numerosos premios que han logrado. En 2013, según el informe de HABITUR

realizado por el IET, la gastronomía atrajo a unos 7,4 millones de turistas extranjeros, un 32% más que el año anterior.

De acuerdo con la publicación de 2015 de la conocida guía francesa Michelin, España cuenta con 169 espacios que presumen de tener una o varias calificaciones “Estrella Michelin”. Más concretamente hay 8 restaurantes españoles con tres estrellas, 18 con dos estrellas y 143 con una estrella.

España encabeza el grupo de países con esta distinción, situando además en el top 10 de los mejores restaurantes del mundo a tres de ellos: El Celler de Can Roca en Girona (2º), Mugaritz (6º) y Arzak (8º) en San Sebastián. Este último restaurante celebró en el 2014 sus 25 años consecutivos con la máxima acreditación de las tres estrellas.

3.6 Turismo de compras

El turismo de compras o “shopping”, es una nueva modalidad de turismo. Las ciudades que destacan en esta clase son Milán, París y Londres, que atraen cada año a millones de turistas con el objetivo de “ir de compras”. El perfil de esta clase de turista es cosmopolita cuyos intereses a la hora de viajar son la gastronomía, el turismo urbano y las compras.

En 2013 se concentró en Europa el 44% de las ventas mundiales según The Globe Shopper Index. En dicho estudio, Madrid y Barcelona fueron calificadas en el segundo lugar como las ciudades con mejor ambiente para ir de compras, únicamente por detrás de Londres.

A finales del 2014 el Gobierno presentó un Plan de Turismo de Compras 2015 cuyo objetivo es atraer a turistas con mayor poder adquisitivo, ya que se considera que tiene mayor potencial de contribuir a la mejora de la calidad y la competitividad de esta actividad económica. En dicho plan, se destaca que es muy bajo el porcentaje de turistas que llegan al país por este motivo (0,1%). Por otro lado, los turistas que más compras realizan en el país son los fronterizos, es decir, Francia (69%) y Portugal (31%).

3.7 Turismo cultural

En cuanto al turismo cultural, España ha sido declarada por la UNESCO en 2014, tercer país con más bienes declarados Patrimonio de la Humanidad (44), únicamente por detrás de Italia y China. Algunos ejemplos son el Camino de Santiago, el Centro Histórico de Córdoba y la Cueva de Altamira.

Gran parte del patrimonio cultural de España tiene raíces religiosas en bienes de gran riqueza artística como catedrales, monasterios, conjuntos arqueológicos o en las distintas celebraciones que se viven a lo largo del año y que atraen a miles de turistas tanto nacionales como internacionales. Actos como las procesiones de la Semana Santa en todo el territorio pero con un especial reclamo en Sevilla, el Corpus Christi en Toledo, el Misterio de Elche, la

Romería del Rocío y las peregrinaciones a Santiago de Compostela gozan de gran prestigio internacional.

Todos los actos religiosos pueden ser considerados, por sí solos, un subapartado dentro del turismo cultural, manteniendo una gran importancia económica para el desarrollo de regiones del interior, generalmente más deprimidas, que las receptoras de otras clases de turismo comentadas en este informe.

El turismo de museos, también se puede considerar un subapartado del turismo cultural. España cuenta con una gran diversidad de museos siendo la mayoría de ellos de titularidad estatal, autonómica o de fundaciones creadas para su gestión.

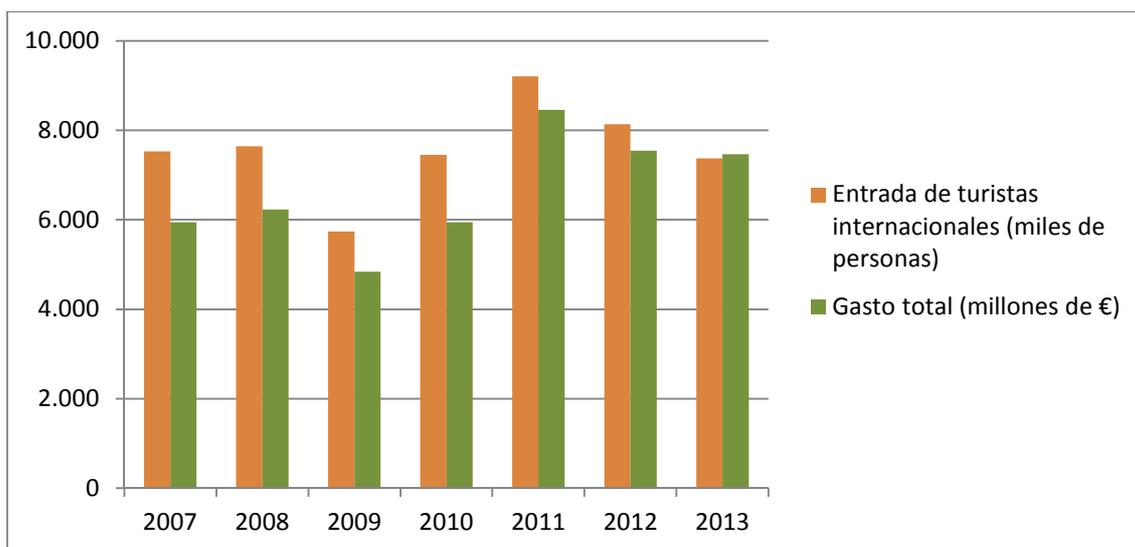
En Madrid, se encuentra el denominado Paseo del Arte con el Museo del Prado, Reina Sofía y Thyssen-Bornesmiza que durante el 2014 acogieron a más de 6 millones de visitantes. Otro referente por la singularidad del artista y las obras que se exponen en él es el Teatro Museo Dalí en Figueres, que el pasado año fue visitado por más de 1,2 millones de personas.

Estas pinacotecas son máximos exponentes de arte pictórico que se pueden ver en el país al mismo nivel que el Louvre en París o el Hermitage en San Petersburgo atrayendo miles de turistas cada año.

También cuenta con bienes declarados Patrimonio Inmaterial como la dieta mediterránea como se ha mencionado anteriormente, el flamenco, la fiesta de los patios de Córdoba y la cetrería entre otros.

Todas las capitales españolas especialmente las grandes, disponen de centros en los que se desarrollan actividades culturales de toda índole, como conciertos, exposiciones, obras teatrales, espacios de ocio y gastronómicos, etc. que aun no siendo por si solas un objetivo prioritario del turista se convierten en una actividad atractiva y complementaria a cualquier visita.

Gráfico 4: Evolución del gasto y los viajes de turistas internacionales realizados principalmente por motivos culturales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del MECD

El número de turistas que llegaron a España principalmente por motivos culturales en 2007, fueron 7,5 millones de personas. En 2008 se presenció un ligero aumento del 1,58%, tocando suelo al año siguiente al disminuir un 25%. En 2010 y 2011 cambia la tendencia aumentando un 30% y 23,5% respectivamente, alcanzando los 9,2 millones de viajeros. En 2012 y 2013 vuelve a ser negativa disminuyendo un 11,6% y un 9,4% hasta situarse en 7,4 millones de personas, es decir, un 7,3% de la entrada total de visitantes en España (turistas y excursionistas).

Por el lado del gasto vemos que la tendencia es prácticamente idéntica a la entrada de turistas, aunque se puede decir que mientras que la variación entre 2007-2013 de la entrada de turistas es negativa, es decir, pierde un 2%, 159 mil turistas, la variación de gasto es positiva al pasar de 5.944 millones de euros en 2007 a 7.462 en 2013, un 26% más.

3.8 Turismo educativo (Idiomático y Erasmus o convenios internacionales)

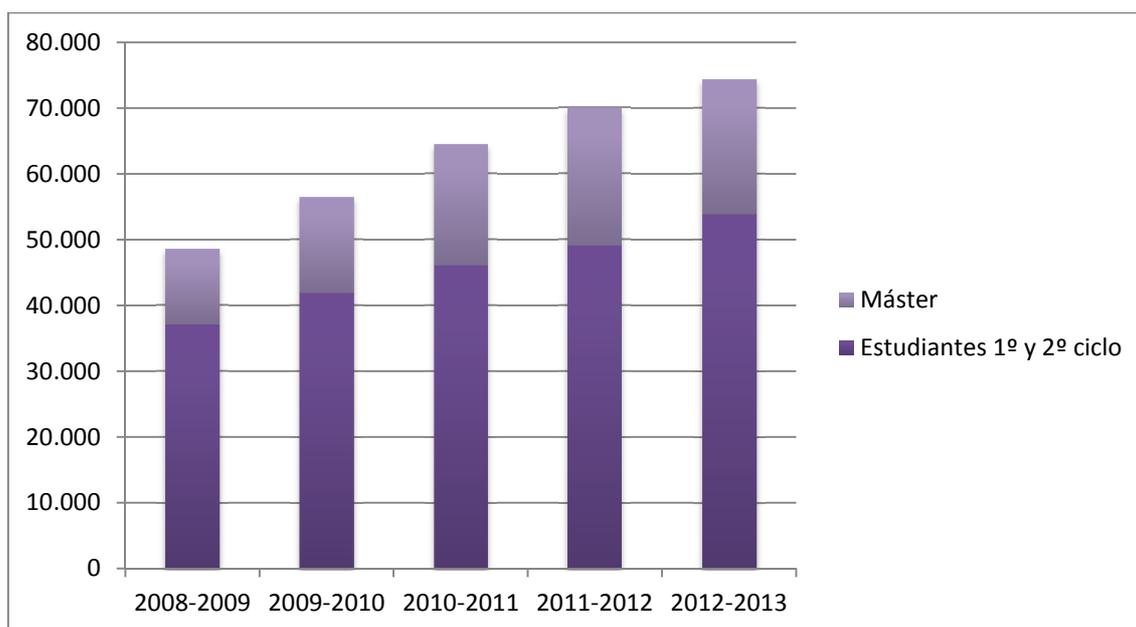
De acuerdo con el informe de 2014 del Instituto Cervantes, el español se ha convertido en la segunda lengua materna del mundo en cuanto a número de hablantes y si se contempla los distintos niveles de competencia: estudiantes, nativos, competencia limitada, etc., el número de personas hablantes es aproximadamente 548 millones.

Al ser el tercer idioma más estudiado, genera una ventaja en el llamado turismo idiomático, al recibir estudiantes cuyo objetivo es el aprendizaje de este idioma.

España recibió 858.280 turistas en 2013 por motivo de estudios, un 1,4% del total, ya fuera por asistencia a un curso completo o semestre en la universidad, colegio, instituto o por motivos de aprendizaje del español.

En 2007 el gasto que aportó el turismo idiomático fue de 176,5 millones de euros destinados a cursos de español, de los cuales el 86% fue a centros privados de idiomas. Por otro lado, el gasto realizado en 2013 todavía no se ha podido estimar (Instituto Cervantes, 2014).

Gráfico 5: Evolución del número de estudiantes extranjeros matriculados en el sistema universitario español



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del informe Datos y Cifras del SUE curso 2013-2014 del MECD

El sistema universitario español, acoge cada año a numerosos alumnos que vienen a realizar un curso de su carrera o máster en España con el fin de tener una experiencia internacional y aprender o practicar el idioma.

Con las facilidades que se han impuesto en los últimos años y con el Plan Bolonia, el número de estudiantes matriculados tanto en máster como en 1º y 2º ciclo de carrera ha aumentado desde el curso 2008-2009 un 153% pasando de 48.488 a 74.297 matriculados en el curso 2012-2013.

Según la procedencia de estos estudiantes, se puede afirmar que durante el curso 2012-2013 casi la mitad pertenecen a un país de UE-27 (41,4%). Este porcentaje resulta lógico, no solo por cercanía si no por la facilidad de estudio en el extranjero que proporciona el programa Erasmus. En segunda posición destaca América Latina y Caribe que aporta el 29,5% de estudiantes extranjeros. En este caso el porcentaje se debe al tener la misma lengua, el

español. Sorprende la posición de Estados Unidos y Canadá al presentar un 1%, siendo superado por países del norte de África (8,7%), resto de Europa (8,5%), Asia y Oceanía (8,4%) y resto de África (2,6%).

Atendiendo a los alumnos de máster, la mayoría proceden de América Latina y Caribe (53,7%) y de UE-27 (20,8%). En este caso se puede destacar la posición de Asia y Oceanía (13,5%) y Estados Unidos y Canadá (3,4%). La mayoría de estudiantes procedentes de Norteamérica acuden a España para realizar un máster (59,1%), mientras que en los demás países más de la mitad realizan cursos de grado de 1º o 2º ciclo.

Haciendo referencia a la comunidad autónoma de destino, destacan Madrid y Cataluña (recibiendo casi la mitad de estudiantes extranjeros) en las primeras posiciones al ser las ciudades con más oferta de universidades y las más cosmopolitas. En el curso académico 2012-2013 las universidades madrileñas recibieron un total de 18.841 (incluyendo tanto estudiantes de grado y de máster) y las catalanas 13.540. En las siguientes posiciones se encuentra la Comunidad Valencia con 9.289 y Andalucía con 8.277 alumnos extranjeros.

3.9 Turismo de LGBT

España y en concreto distintas provincias como Madrid y Barcelona, son consideradas tolerantes y abiertas ante la comunidad de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales, en adelante LGBT. Junto con esta perspectiva y la legislación de igualdad ante parejas del mismo sexo, hace del país un buen destino turístico para esta comunidad, es decir, es un “gay friendly destination”.

Debido a la importancia de este tipo de turismo de LGBT, que supone aproximadamente un 10% el total, la Organización Mundial del Turismo ha empezado a realizar informes globales del turismo de esta comunidad para conocer el alcance e importancia que tiene. En el tercer informe de esta institución publicado en 2012, se hace referencia a España como un país abierto de miras y sin prejuicios en el que ciertas ciudades como Madrid, Barcelona, San Sebastián o Sitges se están adaptando a este nuevo turismo.

El perfil de la comunidad LGBT está caracterizado de forma general por tener un alto poder adquisitivo y se estima que el gasto medio diario que realizan cuando acuden a España es de 130 euros.

En dicho informe también se menciona la importancia de Madrid en este colectivo, su famoso Barrio Chueca y el festival del Orgullo Gay que se realiza anualmente a finales de junio o principios de julio, que es considerado de los más emblemáticos. La capital de España, realizó el Euro Pride en 2007 en el que acudieron más de un millón y medio de personas procedentes de todo el mundo. En 2017 se celebrará el cuarenta aniversario del primer Orgullo que se realizó y en esta fecha significativa Madrid acogerá el World Pride, el mayor evento de la comunidad LGBT que reportará grandes beneficios económicos.

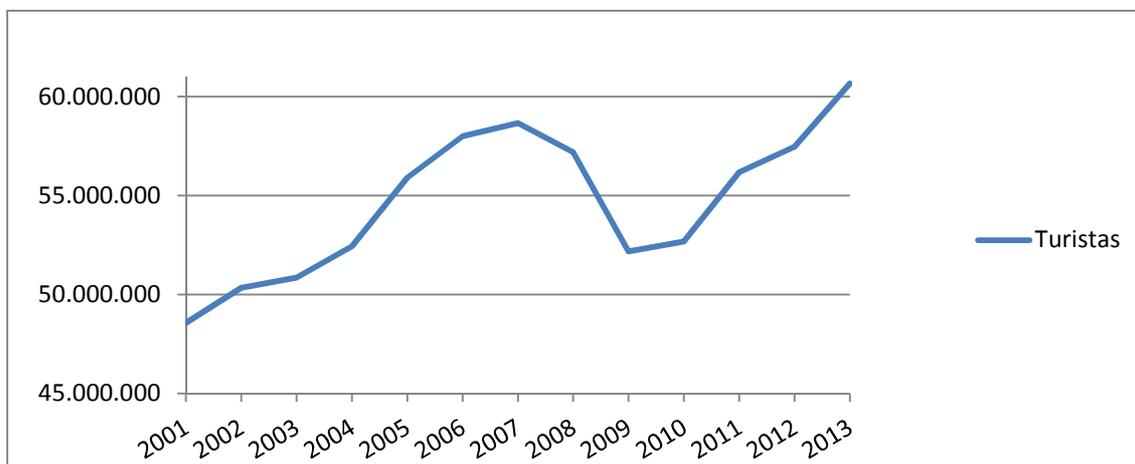
La prensa califica de negocio redondo el festival del Orgullo Gay que se realiza en Madrid. En 2012 se invirtió 40.000 euros entre patrocinadores, ayuda pública y empresas privadas, generando unos beneficios de 110 millones de euros (directos e indirectos).

Para subrayar la importancia de Madrid, en 2014 se celebró el XXXI Convención Mundial de Turismo Gay en el que la consejera de turismo recalcó la importancia de este segmento de la población que viaja hasta cuatro veces más y se gasta un 40% más que el turismo convencional y deja de media unos 700 millones de euros en la Comunidad.

4. Evolución del turismo en España

4.1 Turismo receptor

Gráfico 6: Evolución de la entrada de turistas en España en el periodo 2001-2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET

Para tener una visión del número de turistas internacionales que recibe España cada año, se muestra la evolución desde 2001 hasta el último año con datos publicados, 2013, para así poder observar cómo han sido los datos referentes al periodo de crisis 2008-2013/14.

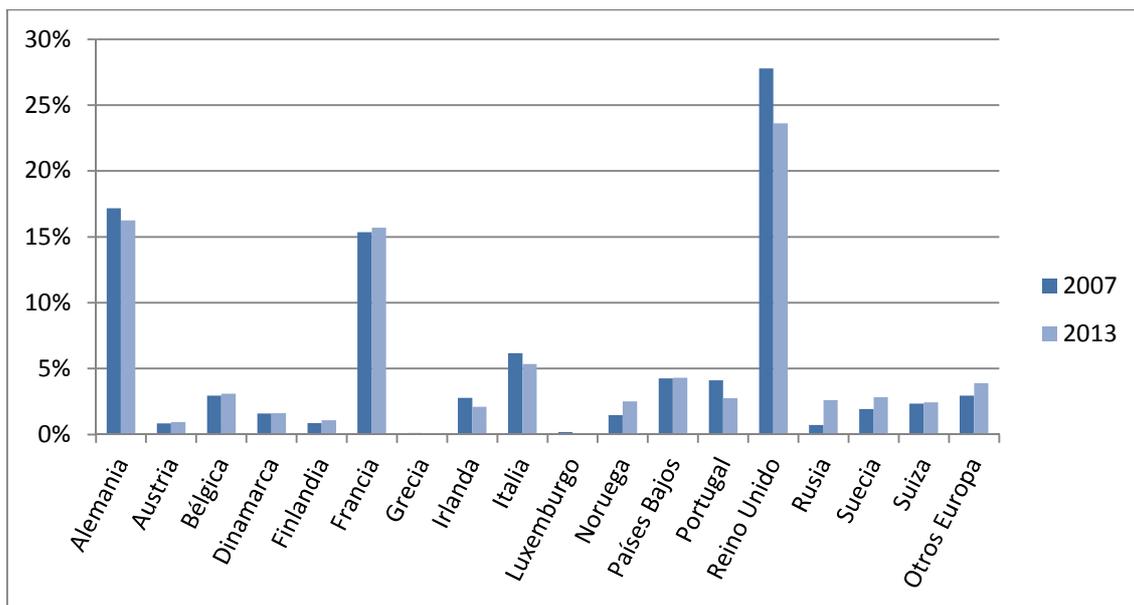
El gráfico anterior representa el número de turistas internacionales que entraron en España en cada año del periodo estudiado. Se puede observar un aumento anual continuado desde 2001 hasta 2007, incrementándose en dicho periodo el número de turistas en 18,1 millones de personas (45%). En 2008 se produjo una caída del 2,5%, continuando en 2009 con un 8,8% y tocando suelo al situarse en 52.177.640 turistas (niveles superiores a los de 2003). A partir de ahí, empieza una tendencia alcista aumentado levemente en 2010 la entrada de turistas en un 1%, continuando en 2011 y 2012 con un 6,6% y 2,3% respectivamente. Finalmente en 2013 alcanza los 60,7 millones de turistas, un 3,5% más que 2007, convirtiéndose en el tercer país más visitado del mundo.

Los datos recogidos en 2014 apuntan a ser excelentes, ya que según estima el IET, se ha finalizado el año con un nuevo máximo histórico al llegar a los 65 millones de turistas.

País de procedencia

Siguiendo con este análisis de la entrada de turistas internacionales, se va a analizar la procedencia de los mismos y las variaciones focalizándolo en el periodo 2007-2013.

Gráfico 7: Porcentaje de turistas europeos que entraron en España en 2007 y 2013 según su país de procedencia



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET

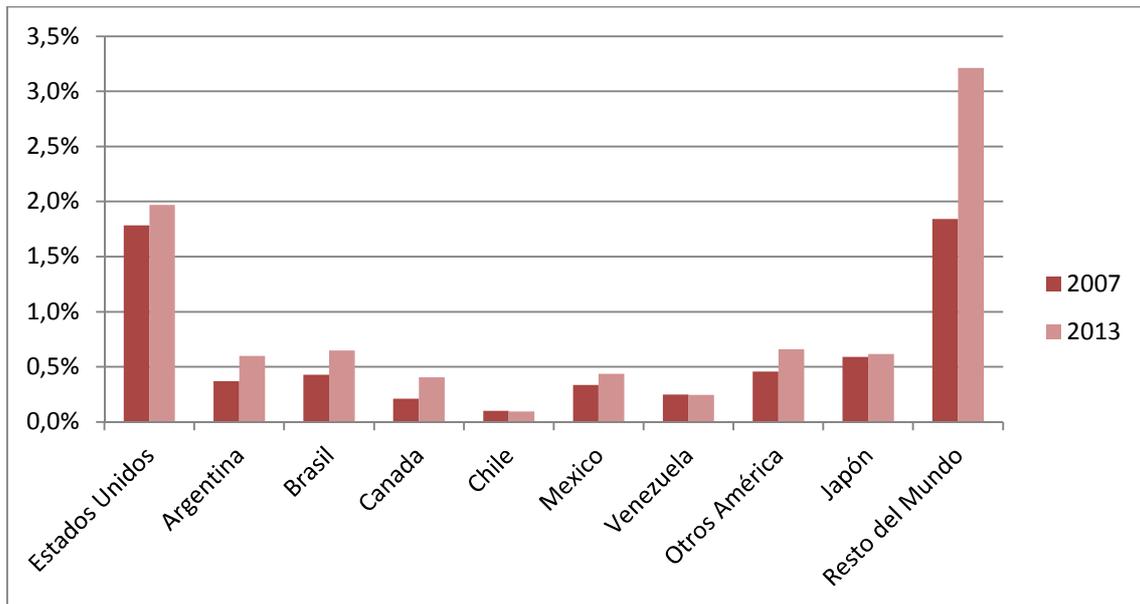
En 2007, los países europeos representaban un 94% del total de turistas que recibía España, presentando una leve reducción en 2013 al representar un 91%. Esto se debe a que el continente que se ha visto más afectado por la crisis ha sido Europa.

Los países que más turistas aportaban a España en 2007 fueron Reino Unido con un 30%, Alemania con un 18,4%, Francia con un 16,4% e Italia con un 6,6%.

En 2013, los países que más turistas aportan son los mismos que 2007, pero perdiendo peso Reino Unido al pasar a un 26%, Alemania 17,8% e Italia un 5,9%. Francia sin embargo, adquiere más importancia al aportar el 17,2% de los turistas.

En estos años de la muestra se ha podido ver que los turistas procedentes de los países más castigados por la crisis han disminuido, como es el caso de Irlanda (22%) e Italia (10%), aunque su aportación en porcentaje al total de turistas solo se ha reducido en 0,7 puntos cada uno. No obstante, se puede observar que los países de Europa del norte han aumentado considerablemente respecto a 2007 presentando Rusia un aumento del 271%, Suecia un 52% y Noruega un 76%, aportando juntos en porcentaje un 8,7% del total, es decir, un 4% más que en 2007.

Gráfico 8: Porcentaje de turistas no europeos que entraron en España en 2007 y 2013 según su país de procedencia



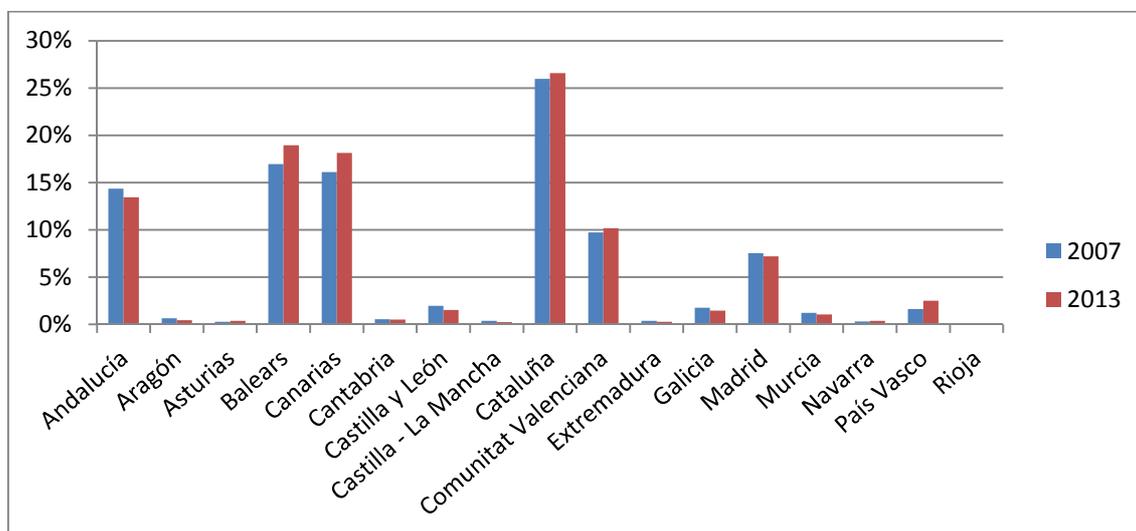
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET

Por otro lado, respecto a países no europeos, únicamente presentaban una aportación total al turismo de España del 6% en 2007 y del 9% en 2013.

Entre ellos, destaca Estados Unidos cuya aportación llega a alcanzar en 2013 prácticamente el 2%, con un incremento en la llegada de turistas del 14% sobre 2007. Además, sobresalen otros países como Canadá y Brasil que presentaron un aumento del 98% y del 56% en la entrada de turistas en el periodo de la muestra, aunque cuyo porcentaje de participación no llega al 1%. Los turistas procedentes de países agrupados en “resto del mundo”, experimenta un crecimiento en 2013 respecto de 2007 de un 80%, aumentando su porcentaje de participación en 1,37 puntos.

Comunidad Autónoma de destino principal

Gráfico 9: Porcentaje de turistas por Comunidad Autónoma de destino principal en España en 2007 y 2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET

Como se puede observar en el gráfico anterior, no hay mucha diferencia entre el número de turistas que recibe cada Comunidad Autónoma en 2007 y 2013. Las que reciben mayor número de turistas son Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Valencia y Madrid, sumando entre estas un total de 94,4%.

Dentro de Cataluña destaca sobre todo la ciudad de Barcelona, ya que además de ser cosmopolita y de gran atractivo turístico, su situación al tener playa y por consiguiente puerto, le permite recibir turistas por todas las vías de acceso.

Cabe destacar que entre las comunidades más arriba citadas a excepción de Madrid, que solo representa un 7,2% del total en 2013, se encuentran situadas en la costa.

Las islas Baleares y Canarias son las que más crecen en 2013 en comparación con 2007, un 2% cada una. Por el contrario la que sufre un decrecimiento más importante es Andalucía (1%).

Vía de acceso

España cuenta con una buena comunicación y servicio de transportes. Debido a su situación y geografía las posibles vías de accesos por las que pueden entrar los turistas procedentes de otros países son: aeropuertos, carreteras, puertos y ferrocarril.

Durante los años de la muestra 2007-2013, los aeropuertos han sido la vía más utilizada por los turistas representando un 75,5% en 2007 y llegando a un 80,38% en 2013. De acuerdo con el

informe anual de AENA de 2013, los aeropuertos españoles con más tránsito de pasajeros son: Adolfo Suárez Madrid – Barajas con un total de 39,7 millones de pasajeros, Barcelona – El Prat con 35,2 y Palma de Mallorca con 22,7.

Respecto a 2007, otras vías de acceso se han visto perjudicadas a favor de los aeropuertos. Las carreteras que durante estos años han sido la segunda vía de acceso, ha disminuido el número de turistas en un 15%; la tercera vía, el puerto, se ha visto reducida en un 35% y finalmente el ferrocarril, la vía de acceso menos frecuentada, un 27% frente a 2007.

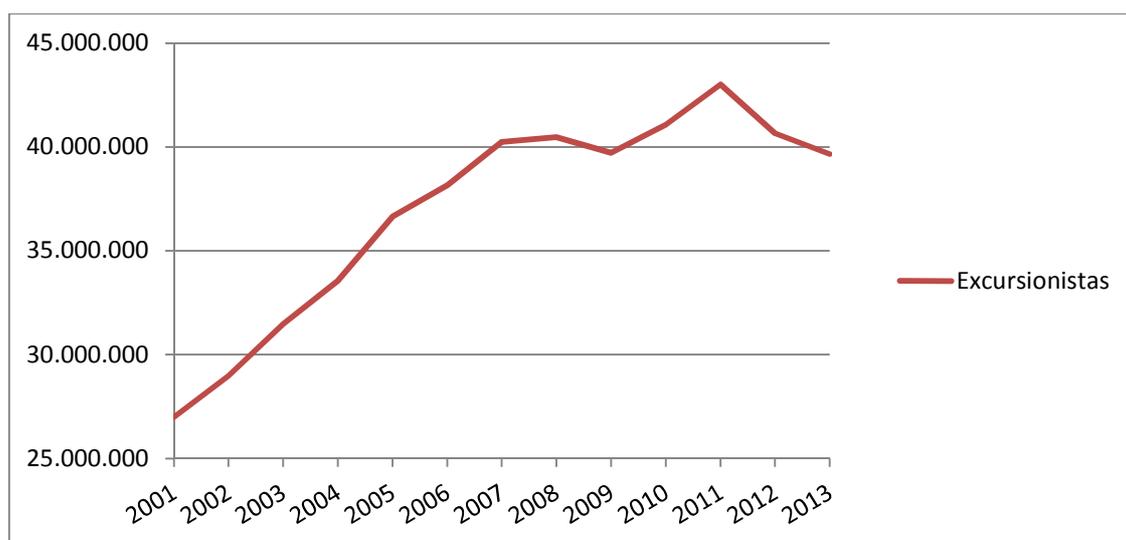
Por alojamiento

Con respecto al tipo de alojamiento que escogen los turistas en España, predominan los hoteles o similares representando en 2013 un 66,6% y habiendo aumentado desde 2007 un 5%. En segundo lugar los turistas eligen la vivienda gratuita, es decir de su propiedad o de familiares o amigos, representando un 20% del total y habiendo disminuido desde el primer año de la muestra un 10%. La vivienda alquilada que es el tercer alojamiento en este ranking, presentado en 2013 un aumento del 44% respecto a 2007.

4.2 Excursionistas

Por otro lado, dentro del turismo receptor existe la categoría de excursionista, que son aquellas personas que entran en territorio nacional pero en cuya visita no se realizan pernoctaciones y cuyo gasto es difícil de cuantificar. Al ser esta la definición, resulta lógico que la mayoría de estos excursionistas procedan de Portugal y Francia, sumando más de un 80% del total ya que limitan con España.

Gráfico 10: Evolución de la entrada de excursionistas en el periodo 2001-2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET

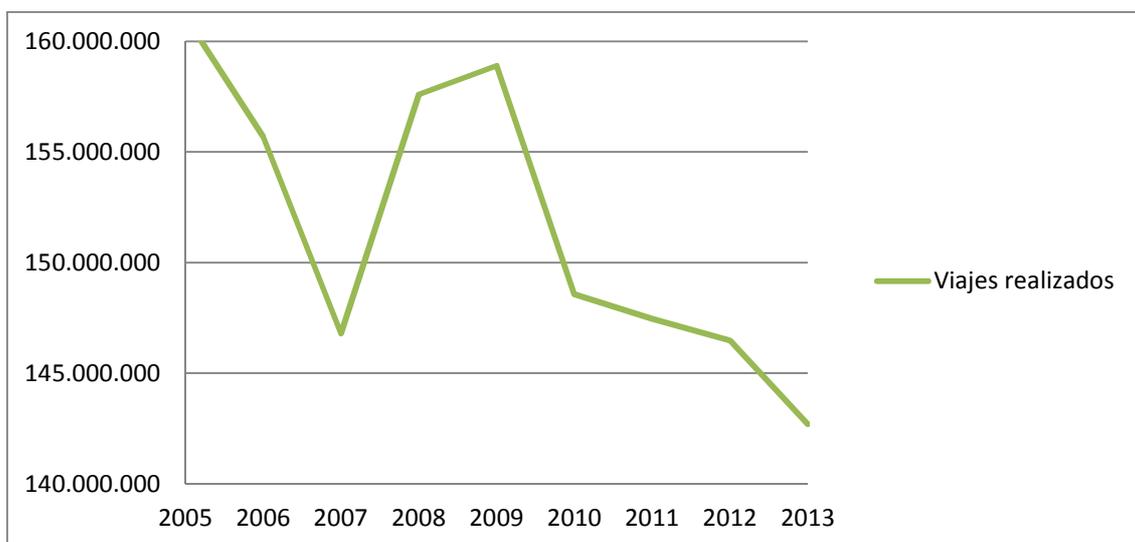
Este grupo, como se puede observar, no se comporta de la misma forma que la entrada de turistas, es decir, de aquellos no residentes que visitan España haciendo una o más pernoctaciones; sin embargo, al igual que los turistas, presenta un crecimiento continuado entre 2001 y 2008, levemente mayor del 49%.

Cabe destacar, que mientras desde 2009 la entrada de turistas ha seguido una tendencia positiva, en los excursionistas vemos que esta tendencia positiva tiene un pico en 2011 alcanzando 43.010.254 visitantes y continuando con una tendencia decreciente durante 2012 y 2013 del 5,5% y 2,5%.

4.3 Turismo interno

En cuanto al turismo nacional, se pueden hacer dos distinciones ya que incluye tanto los viajes que realizan los españoles al extranjero (turismo emisor) como los viajes que realizan los residentes en España en el territorio nacional (turismo interno). En este trabajo al querer medir el turismo como motor económico y la aportación de este al PIB tendremos en cuenta el turismo interno.

Gráfico 11: Evolución del número de viajes que realizan los residentes en España dentro de España en el periodo 2005-2013



Fuente: Elaboración propia a partir de Informes anuales de FAMILITUR del IET

Al igual que en el caso de las entradas de turistas internacionales, con este gráfico se pretende tener una visión de la evolución del turismo interno desde 2005 hasta 2013 para poder apreciar cual ha sido la diferencia en cuanto al número de viajes de residentes en el territorio

nacional (incluyendo la Península, las Islas, Ceuta y Melilla) y cómo se ha visto afectado por la crisis.

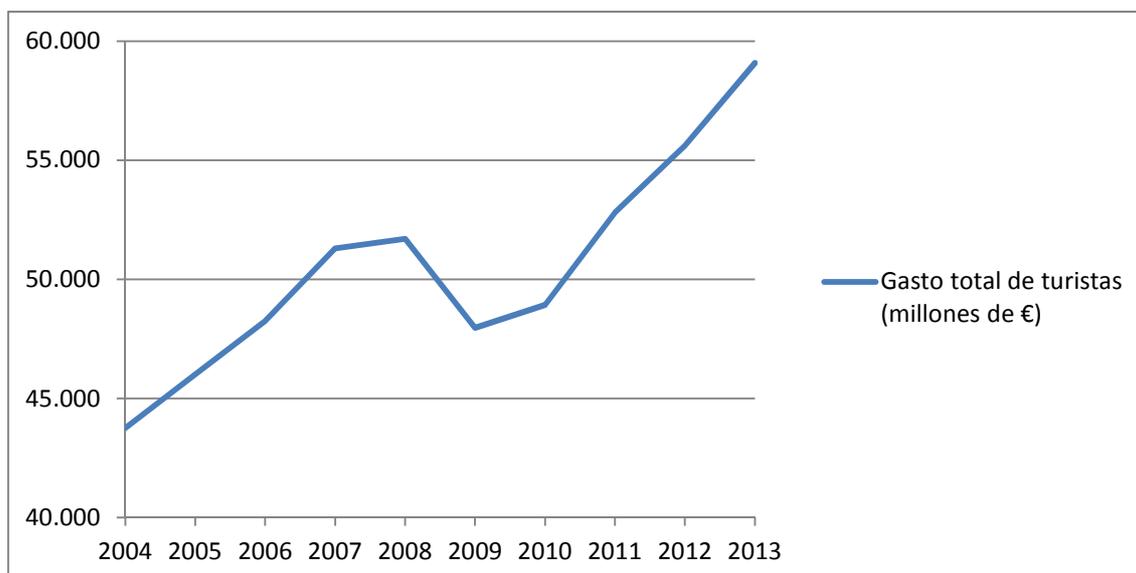
Durante este periodo de tiempo estudiado, 2005-2013, se puede observar que en los primeros años de la muestra se advierte una caída en cuanto al turismo interno, del 3,35% en 2006 y del 5,72% en 2007. Esta disminución se explica con el aumento de los viajes de residentes a países extranjeros. Sin embargo, los dos años siguientes se presenció un aumento del número de viajes, con un crecimiento del 7,4% y del 0,8% en 2008 y 2009 respectivamente, situándose este último en un total de 159 millones de viajes realizados. A partir de ese año la tendencia ha sido decreciente hasta situarse en 2013 en 142,7 millones de viajes, casi un 3% menos que en 2007.

Si se compara este gráfico con el del número de entradas de turistas extranjeros durante el mismo periodo de tiempo, podemos ver que son antagónicos, mientras que el número de entrada de turistas extranjeros disminuía en 2008 y 2009, aumentaba en los años sucesivos de la muestra. Esto es debido a que la crisis que en los demás países y sobre todo europeos, se experimentó antes y fue menos duradera que en España.

El turismo interno está marcado por una fuerte estacionalidad destacando sobre todo los meses de julio y agosto. También resalta la Semana Santa y los distintos puentes a lo largo del año como periodos clave para el turismo interno.

4.4 Gasto de los turistas

Gráfico 12: Evolución del gasto que realizan los turistas internacionales en España en el periodo 2004-2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

El gasto que realizan los turistas internacionales en España es una variable clave, ya que para el país son ingresos y por tanto una influencia para el crecimiento económico.

Como se puede observar en el gráfico solo hay un periodo de tendencia decreciente en cuanto al gasto de turistas, este es durante 2009 ya que presencié una caída de 7,2%. En el año anterior, a pesar de haber disminuido el número de entradas de turistas internacionales, el gasto que realizaron aumentó un 0,8%, por lo tanto, se puede decir que el gasto medio por turista creció pasando de unos 870€ en 2007 a unos 900€ en 2008. A partir de 2009 vemos una tendencia creciente, sobre todo en el periodo 2010-2013, aumentando a tasas elevadas del 7,9%, 5,7% y 9,6% en 2011, 2012 y 2013 respectivamente. En el último año de la muestra se llega a alcanzar 59.082 millones de euros, con un gasto medio aproximado por turista de 970€, 112€ más que en 2004.

Según el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la previsión de 2014 sobre el gasto turístico al igual que la entrada de turistas sigue una tendencia creciente, se estima que ha finalizado el año alcanzando los 63 mil millones de euros gastados.

Gasto del turismo interno

El gasto que realizan los residentes en España en los viajes internos, se pueden encontrar en los informes de FAMILITUR referentes al periodo de tiempo 2009-2012 en el que se observa una tendencia negativa, es decir el gasto turístico interno disminuye, como es lógico, en el periodo de inicio de la crisis en 2008 hasta los últimos datos disponibles referentes a 2012.

Durante el año 2009 se realizó un gasto de 23.618 millones de euros, decreciendo en 2010 y 2011 un 6,44% y un 0,57%. Por último en los datos publicados se puede observar que en 2012 el gasto fue de 20.505,7 millones de euros, un 13,17% menos que en 2009.

4.5 La evolución de la hostelería

Dentro de las actividades características del sector turístico destaca la hostelería y las agencias de viajes que representa el 70% total de los trabajadores en este sector.

La hostelería es un elemento fundamental a evaluar si queremos ver la evolución del turismo en España, engloba cinco ramas o subsectores: hoteles, restaurantes, cafeterías, bares y colectividades. En 2012, cerca del 40% del consumo turístico dependía de este sector.

De acuerdo con el informe de “Los sectores de la hostelería” en 2013 de la FEHR, se pone de manifiesto que el número de establecimientos en dicho año disminuyó un 1% respecto al año anterior, pasando a tener 295.276 establecimientos. Al contrario, la producción presentó un pequeño avance del 0,7%, teniendo un total de 120.739 millones de euros.

Dimensión del sector

Respecto al subsector hotelero (incluyendo, pensiones y hostales), ha presenciado desde 2007 un continuo crecimiento tanto en número de establecimientos como en el aumento de las plazas hoteleras. Hasta 2012 el número de establecimientos aumentó en 856, los años de mayor crecimiento fueron 2008 con un 2,08%, 2009 con un 1,48% y 2011 con un 1,38%. Por otro lado, el número de plazas hoteleras, es decir la capacidad hotelera, se amplió en 180.003 plazas, presenciando un mayor crecimiento en 2008 y 2010 de prácticamente del 3%.

En cuanto al subsector de los restaurantes también ha revelado un aumento del número de locales en el periodo 2007-2012, pasando de 69.298 a 73.023 locales, es decir un 5,37%. Según la información proporcionada por el DIRCE acerca de la evolución desde 2009 de los locales de restaurantes, las comunidades autónomas en las que han aumentado más los locales son: Extremadura (15,6%), Cantabria (15,37%), Castilla y León (14,16%) y Cataluña (11,88%) que sigue siendo esta última la que más locales de restaurantes tiene en España (13.500) porque dicha comunidad incorpora en el censo el subsector de las cafeterías.

Aunque como se ha dicho anteriormente ha habido un crecimiento continuo del número de locales, en comunidades como Baleares (-8,48%), Canarias (-6,81%), C. Valenciana (-4,78%) Galicia (- 3.94%) y Ceuta y Melilla (-3,73%) ha disminuido.

Siguiendo la misma tendencia, el subsector de las cafeterías aumenta entre 2007 y 2012 como los subsectores anteriores, en este caso, las tasas de crecimiento cada año son crecientes llegando en 2012 a una variación media anual del 5,65% según el censo de las CC.AA. respecto a 2007, los establecimientos de cafeterías aumentaron 3.050 establecimientos, es decir un 19,52%. En cuanto al número de establecimientos por comunidades, destacan Madrid, La Rioja y Baleares, con una tasa de crecimiento de 2009 a 2012 del 27,35%, 25% y 21,3% respectivamente. La única comunidad en la que la tasa de crecimiento para dicho periodo fue negativa es Cantabria con un -0,82%.

No obstante, cabe destacar que en la evolución de la capacidad del sector de cafeterías, es decir, las plazas, se han visto reducidas en el periodo 2007-2012 en un 34,16%, pasando de una dimensión media de 67,9 a 44,7.

Producción del sector

Se considera producción a “el valor económico de los bienes y servicios que son vendidos por el conjunto de los establecimientos del sector de la hostelería” (FEHR, 2013).

El sector de la hostelería se puede dividir en líneas generales en hotelería y en alimentos y bebidas. En cuanto al primero ha tenido un continuo crecimiento desde 2007 hasta 2011 alcanzando este último año una producción de 17.427 millones de euros. La excepción a dicho crecimiento fue 2009 en el que se produjo una pérdida de 1.349 millones de euros, es decir, la producción disminuyó un 7,9% respecto a 2008. En cuanto a los alimentos y bebidas sufrió una caída en 2009 y 2010 perdiendo en ambos años 4.880 millones de euros (-4,5%). En 2011 se

produce una leve recuperación al aumentar en 904 millones de euros, llegando a alcanzar un total de 104.239 millones.

En relación al sector del alojamiento, disminuyó en 2009, un 8% y en 2012 un 2%. Curiosamente el año anterior había aumentado un 8%. Si se compara 2007 con 2012, la producción aumentó en 496 millones de euros, situándose en 17.110 millones.

El subsector de restaurantes y cafeterías, presentó un decrecimiento sucesivo del 4% en los años 2009 y 2010. En 2011 cambio la tendencia, aumentando la producción un 4% y en 2012 un 1%, situándose en 40.435 millones de euros, mismo nivel que en 2007.

Se puede decir que los establecimientos de bebidas, son los que más han visto afectada su producción en esta crisis. Ha sufrido una caída continuada desde 2009 hasta los últimos datos de 2012. En total en estos cuatro años ha perdido 8.142 millones de euros, es decir, un 13,7% menos respecto 2008.

Por último, al contrario que los establecimientos de bebidas, las colectividades son las que menos se han visto afectadas por la crisis, presenciando un aumento continuado en 2008 y 2009 con tasas de crecimiento del 6% y del 9% respectivamente. El año 2010 es el punto de inflexión al caer un 4%. Ahora bien, en 2011 y 2012 su crecimiento fue del 4% y del 5% llegando dicho año a los 10.915 millones de euros, 2.000 millones más que en 2007, es decir ha tenido un aumento del 21%.

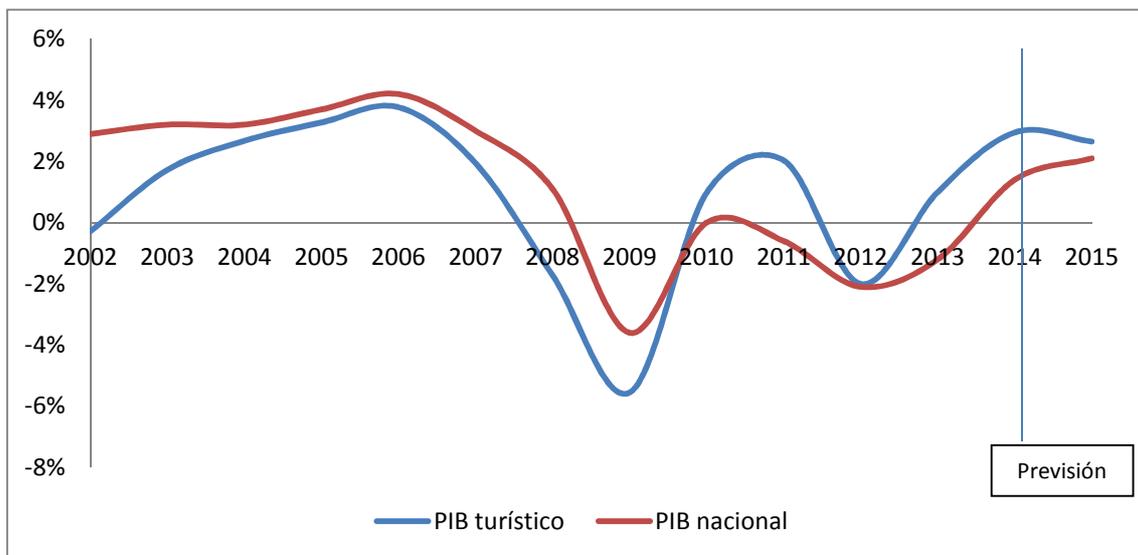
5. Aportación del turismo a la economía

El turismo como se ha dicho anteriormente, es un sector clave en España, su peso tanto en la economía y en el PIB como en el empleo está siendo fundamental en la salida de la crisis (Banco de España, 2014). Este sector también está considerado como el líder en la creación de empleo (Exceltur, 2015).

5.1 PIB vs PIB turístico

El Índice Sintético del PIB Turístico Español (ISTE) es un indicador que realiza Exceltur, está compuesto por cinco variables que incluyen el consumo privado, pernoctaciones hoteleras de los residentes, llegadas de turistas extranjeros, ingresos por turismo y viajes de la balanza de pagos y por último, el PIB de los principales mercados. Gracias a este indicador, se puede observar como se ha comportado el turismo en cuanto a la aportación que realiza a la economía.

Gráfico 13: Comparación entre el PIB turístico (ISTE) y el PIB de España (2002-2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos EXCELTUR e INE

En este gráfico se puede ver cómo ha evolucionado en el periodo de tiempo 2002-2013 y como son las previsiones de 2014 y 2015 del PIB turístico y del PIB nacional de España. Entre 2002 y principios de 2010 el PIB turístico crecía y decrecía siempre a niveles menores que el PIB nacional. A partir de dicho año, vemos un cambio de tendencia. En 2010, el PIB turístico creció un 1% mientras que el PIB nacional se mantuvo estable, por el contrario, al año siguiente el PIB nacional disminuyó 0,6% mientras que el turístico aumentó un 2%. No obstante, en 2012 ambos sufrieron una caída de prácticamente la misma magnitud, 2,1% el PIB nacional y 2% el PIB turístico. En 2013 la variación interanual del PIB turístico vuelve a ser del 1% y la del PIB

nacional negativa (-1,2%). Las previsiones para 2014 y 2015 son positivas para ambos aunque mejores para el PIB turístico al esperarse unas tasas del 2,9% para 2014 y 2,6% para 2015. En cuanto al nacional se esperan una tasa de variación del 1,4% en 2014 y superior en 2015 alcanzado el 2,1%.

5.2 Contribución del turismo al PIB

“La Cuenta Satélite de Turismo puede describirse como el conjunto de estimaciones, basadas en la metodología de la Contabilidad Nacional, que proporciona los parámetros económicos del sector turístico en una fecha determinada. Presenta resultados que permiten obtener una medición de la relevancia económica del turismo a través de indicadores como la aportación de la actividad turística al PIB o al empleo” (INE, 2013).

De acuerdo con la nota del INE acerca de la metodología de la Cuenta Satélite de Turismo de 2004, los objetivos de están son las siguientes:

- Proporcionar una medición completa de la relevancia económica del turismo en España, a través de indicadores macroeconómicos como la aportación del turismo al PIB, la producción o la demanda.
- Proporcionar información que resalte el papel del turismo como generador de empleo.
- Ofrecer datos de la relevancia del turismo en el equilibrio de la Balanza de Pagos Española.
- Caracterizar las estructuras de producción y/o costes de las industrias turísticas.
- Reflejar la magnitud de las inversiones en capital productivo ligadas a la actividad turística.
- Obtener estimaciones regionales, dada la importancia de la actividad turística para determinadas comunidades españolas.

Tabla 1: Aportación en porcentaje del turismo al PIB de España (2000-2012)²

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Turismo receptor	5,8	5,7	5,2	5,1	4,9	4,9	4,8	4,7	4,6	4,3	4,5	4,9	5,1
Otros componentes	5,8	5,8	5,9	5,9	5,9	6	6,1	6,1	5,8	5,7	5,9	5,9	5,8
Total	11,6	11,5	11,1	11	10,9	10,8	10,9	10,8	10,4	10,1	10,4	10,8	10,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

² Los datos referentes a los años 2010 y 2011 son provisionales. Los datos referentes a 2012, un avance (INE).

Como se puede observar en la tabla, el turismo ha presenciado una leve variación a la contribución al PIB. Mientras que en 2000 el porcentaje era un 11,6% aportando un total de 73 mil millones de euros, en 2012 el porcentaje de contribución era de un 10,9% aportando un total de 112 mil millones de euros al PIB, es decir, la contribución en millones de euros aumentó en dicho periodo de tiempo un 53%.

Si lo comparamos con 2007 que es el año de referencia para contrastar el periodo de crisis, el porcentaje en 2012 de la contribución al PIB aumenta en 0,1%, sin embargo, en cuanto a la aportación en millones en 2007 era de 113,2 mil millones de euros, por lo que en 2012 perdió 1.200 millones de euros en valores absolutos.

En líneas generales con la información que se aporta en las tablas, se puede observar como la contribución al PIB en porcentaje apenas varía, 2009 es el año en el que se puede apreciar una mayor caída al contribuir con un 10,1%, es lógico, al haber visto en los anteriores gráficos que es el año en el que se toca suelo en cuanto a gasto turístico, número de entradas de turistas, etc.

Para poder tener una visión de la economía española y de cómo los distintos sectores han evolucionado se presenta la siguiente tabla.

Tabla 2: Aportación en porcentaje de otros sectores al PIB de España (2000-2012)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3,7	3,7	3,5	3,4	3,1	2,7	2,4	2,4	2,3	2,2	2,3	2,3	2,2
Industria	18,7	18,4	17,9	17,5	17,1	16,9	16,6	16,4	16,5	15,5	15,7	16,0	15,8
Construcción	9,2	9,5	9,8	9,9	10,0	10,4	10,4	10,1	10,1	9,9	8,1	6,9	5,8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Con esto se pretende ver que estos sectores han perdido más fuelle a la contribución al PIB que el turismo. Por esta razón los distintos organismos afirman que el turismo ha sido crucial en el periodo de crisis. El ejemplo más claro es el sector de la construcción, que pasó de aportar un 10,1% al PIB en 2007 a un 5,8% en 2012. La industria, ha perdido un 0,6% en el periodo 2007-2012. En el caso de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca vemos que no hay apenas diferencias en la evolución entre 2007 y 2012, la contribución en dichos años esta entorno al 2,3%, aunque su aportación al PIB es menor que la del sector del turismo.

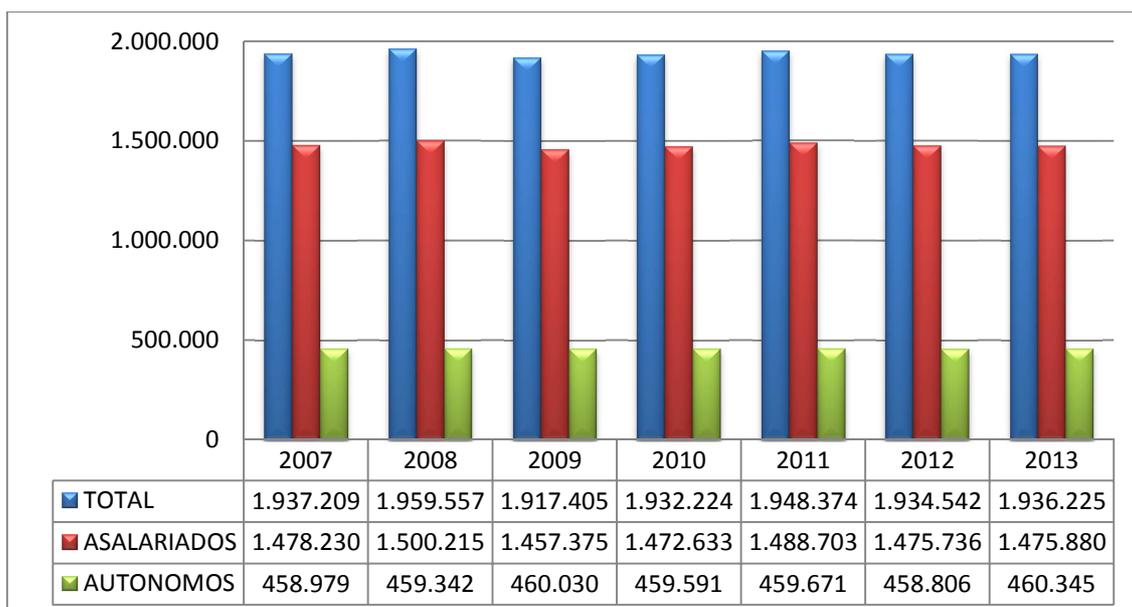
5.3 Empleo

Durante estos últimos años de crisis, uno de los mayores problemas que ha tenido y tiene España es referente al mercado laboral. En noviembre del año 2014 registraba una tasa de paro del 23,9%, situándose en el segundo país de la Unión Europea con mayor desempleo y el

primero en cuanto a paro juvenil con un 53,3%. Cabe destacar que el turismo es el gran sector de la economía española que en 2013 empieza a generar empleo para seguir siendo la locomotora del país (Page, 2014).

Viendo esta situación, se va a analizar la evolución del mercado laboral en el sector turístico.

Gráfico 14: Trabajadores afiliados en alta laboral en las actividades características del turismo, según alta en la Seguridad Social durante 2007-2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social y Turespaña

Durante el periodo de tiempo que se representa en el gráfico anterior, se puede analizar que el número de afiliados a la Seguridad Social de trabajadores en actividades relacionadas con el turismo, ha presentado muy pocos cambios, situándose siempre el total de afiliados en más de 1,9 millones de trabajadores.

En 2007 el número de afiliados fue de 1.937.209, presentando un mínimo en 2009 de 1.917.405, un 2,15% menos que el año anterior. En el último año de la muestra el número de afiliados fue de 1.936.225, habiendo perdido únicamente 984 trabajadores desde el año inicial de la muestra.

Por otro lado, destaca, que el número de autónomos en 2013 respecto de 2007 ha aumentado en 1.366 afiliados, un 0,3%, mientras que los asalariados ha disminuido un 0,16%.

Refiriéndose a estos datos, es conveniente aclarar que el mercado laboral sufre de temporalidad. Los contratos laborales varían respecto a las necesidades que se tengan y estas varían respecto a la época del año. Como es lógico, los meses en los que más contrataciones hay y por tanto mayor número de afiliados a la Seguridad Social son los de verano, más

concretamente julio y agosto, siendo el mes de enero cuando menos se realizan, justo después de la campaña de navidad. Durante estos últimos años los meses en los que más afiliados ha habido han sido julio y agosto de 2011-2013 superando los 2,05 millones de afiliados. En 2014 se ha superado los años anteriores llegando en agosto a los 2.155.978 trabajadores, en el que se alcanzó un record en cuanto a la llegada de turistas, al entrar en España 9,1 millones de extranjeros según la encuesta de Movimientos Turísticos de Fronteras, agosto 2014 (FRONTUR).

En cuanto a las distintas Comunidades Autónomas EXCELTUR realiza un estudio sobre el impacto del turismo a las distintas regiones denominado IMPACTUR.

Tabla 3: Contribución del turismo al empleo por Comunidades Autónomas³

Andalucía	Canarias	Cantabria	Comunitat Valenciana	Comunidad de Madrid	Galicia	Illes Balears	La Rioja	Región de Murcia	España
11,9%	35,2%	11,3%	13,4%	5,9%	11,5%	34,8%	10,3%	10,2%	11,9%

Fuente: Estudios IMPACTUR (EXCELTUR)

Si se quiere ver directamente cómo ha afectado el turismo en general al empleo, nos volvemos a dirigir a la Cuenta Satélite de Turismo en España

Tabla 4: Aportación en porcentaje del turismo al empleo (2008-2012)⁴

	2008	2009	2010	2011	2012
Asalariados	11	10,8	10,8	11,2	11,2
No asalariados	17,1	17,9	18,4	17,7	16,7
Personas totales	11,9	11,7	11,8	12,1	11,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

³ Datos para España referentes a 2012 según la CSTE (Cuenta Satélite de Turismo del INE). Datos para Región de Murcia relativos a 2011, para Comunitat Valenciana y Galicia relativos a 2010, para Andalucía y Comunidad de Madrid relativos a 2007 (IMPACTUR), el resto de Comunidades datos relativos a 2013.

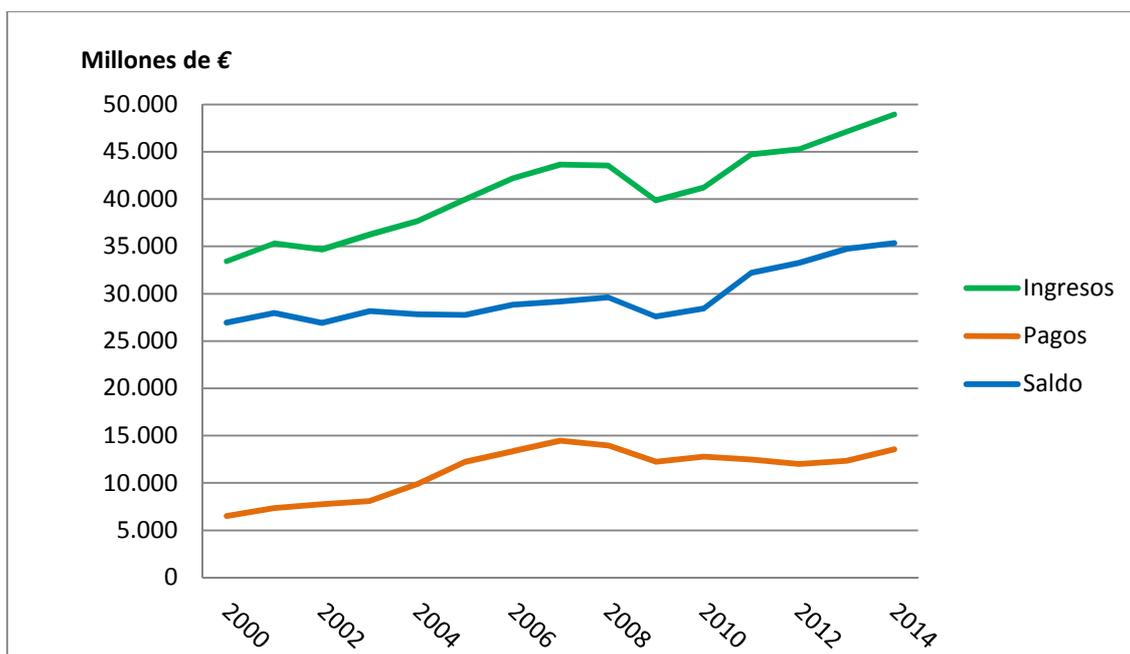
⁴ Los datos referentes a los años 2010 y 2011 son provisionales. Los datos referentes a 2012, un avance (INE).

Con esta tabla se puede observar que en los años de la muestra, en plena crisis de carácter económico – financiera, el turismo ha contribuido al empleo de forma similar en dichos años, aunque el número de desempleados ha aumentado en este periodo. En 2008, el turismo contribuía en un 11,9% al empleo, traducido en 2.452.300 personas. Sin embargo, como la tasa de desempleo ha aumentado en estos años, aunque el porcentaje de aportación haya sido parecido, el número de personas contratadas ha caído sucesivamente en los años de la muestras en un 7,6% (2009), 1,2% (2010), 0,1% (2011) y 5,2% en 2012. La diferencia de personas totales empleadas en una rama turística de 2008-2012 fueron 328.600 personas, un 13% menos.

5.4 Balanza de pagos

El turismo, es un apartado de la cuenta de servicios que se encuentra dentro de la cuenta corriente de la balanza de pagos. A continuación se va a explicar cómo ha sido la evolución de dicho apartado en los últimos 15 años.

Gráfico 15: Evolución de los ingresos, pagos y saldos procedentes del turismo de la balanza de pagos (2000-2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IET

En el apartado de turismo y viajes de la balanza de pagos se incluye los gastos de los turistas que realizan en el país de destino siempre que su estancia en el mismo sea inferior a un año,

los gastos que incluyen difieren en algunos casos de la Cuenta Satélite de Turismo⁵ (García y Álvarez de Pedro, 2013)

En el gráfico anterior que comprende el periodo 2000-2014 se presentan los ingresos, pagos y saldos de la balanza de pagos referentes al turismo. Como se puede observar los ingresos por turismo, aquel gasto que realizan los turistas internacionales en España, crece de forma continuada hasta 2008, donde experimenta una leve caída del 0,2% y continuando hasta el año siguiente con un crecimiento negativo importante del 8,5%. A partir de 2009 empieza un crecimiento, llegando en 2011 a un 8,5% y mostrando en 2013 y 2014 un aumento del 4% situándose este último año en 48.928 millones de euros, 5.278 más que en 2007 (12,09%).

Por la parte de los pagos, es decir, del gasto que realizan los residentes en España en el turismo en países extranjeros, sigue la misma tendencia que los ingresos. Sin embargo, al ser la crisis económica- financiera de mayor envergadura que en los países emisores de turismo, la caída que se produjo en 2008 y 2009 fue superior, presentando tasas negativas del 3,5% en 2008 y 12,2% en 2009. A pesar de un crecimiento en 2010 del 4,4%, los pagos en la balanza volvieron a disminuir en 2011 y 2012 un 2,3 % y 3,9% respectivamente. En los últimos años, presenta un crecimiento del 2,9% y del 9,8% en 2013 y 2014 alcanzando la cifra de 13.565 millones de euros, 901 menos que en 2007 (-6%).

Lo característico de la balanza de pagos del turismo es que en todos los años de la muestra y en general, presenta un superávit (los ingresos son superiores a los pagos), contribuyendo a la corrección de los desequilibrios externos de la economía española de los últimos años (Loscos y González, 2014). Durante el periodo 2000-2012, de media el saldo del turismo representó casi la mitad de la magnitud del déficit comercial, 3,1% (García y Álvarez de Pedro, 2013). En 2013, el superávit cubre el 286% del déficit comercial de España (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2014)

El año con peores datos en cuanto al turismo en el periodo comprendido entre 2008-2014, como se ha dicho en anteriores epígrafes es 2009, en esta gráfica se puede observar que el saldo de la balanza de pagos disminuye en 6,8%, presentando un crecimiento continuo hasta 2014 alcanzando los 35.363 millones de euros, un 21% más que en 2007 y un 31% más que en 2000.

⁵ Véase una comparativa de la Cuenta Satélite del Turismo y de la Balanza de Pagos por Turismo en el Anexo.

6. Análisis de DAFO del Turismo en España

¿Por qué España lleva estando en la última década en el top 10 de países con mayor turismo?

A continuación se va a realizar un análisis DAFO en el que se identifican las fortalezas y debilidades a nivel interno y las oportunidades y amenazas a nivel externo.

6.1 Fortalezas

6.1.1. Marca España

“Marca España es una política de Estado, cuya eficacia reside en el largo plazo. Su objetivo es mejorar la imagen de nuestro país, tanto en el interior como más allá de nuestras fronteras” (Marca España, 2015).

Imagen 2: Logotipo Marca España



Fuente: www.marcaespaña.es

Según datos del ranking que realiza Bloom Consulting acerca de la marca de los países, se calificó a la Marca España en segundo lugar, solo por detrás de Estados Unidos. Para realizar este ranking, se tiene en cuenta el valor intangible, la demanda que tiene esta medida a través de los buscadores online, etc.

6.1.2. Infraestructuras

Según la publicación “The Global Competitiveness Report 2014-2015” del Foro Económico Mundial, España se sitúa en el puesto noveno del ranking de 144 países de todo el mundo con una puntuación de 6/7.

Carreteras

España cuenta con más de 165.000 km de carreteras, de gran capilaridad y calidad de las mismas. El último anuario publicado por el Ministerio de Fomento, relativo al 2013, muestra que la red de alta capacidad se sitúa en 16.582 km. En términos comparativos la red de carreteras ha crecido desde el año 1995 en 2.744 km existiendo un gran trasvase entre kilometrajes de carreteras convencionales hacia las de gran capacidad pasando estas últimas de 8.133 km a 16.582 km con un incremento del 104% con respecto a 1995. Se califican como

carreteras de alta capacidad a las autopistas de peaje, autovías y a las carreteras de doble calzada. Por la calidad de las carreteras España se encuentra en el 11º puesto.

Ferrovias

La mejor valoración otorgada es en la calidad de las infraestructuras ferroviarias, ya que se encuentra en el 4º puesto.

España se sitúa en el primer país de Europa y segundo del mundo, tras China, en número de kilómetros del Alta Velocidad por delante de países pioneros en este transporte como Japón o Francia. La red española alcanzó los 3.100 km en servicio, con 15 líneas en servicio, conectando el centro peninsular con el sur y norte, estando entre los objetivos enlazar la alta velocidad francesa con Cataluña y el País Vasco. Los trenes circulan a una velocidad media de 222 km/h, superior a la utilizada por los países citados. Por otro lado, se destaca el aumento de viajeros en trenes de Alta Velocidad, que ha pasado de 3,9 millones en 1995 a 21,3 millones en el 2013.

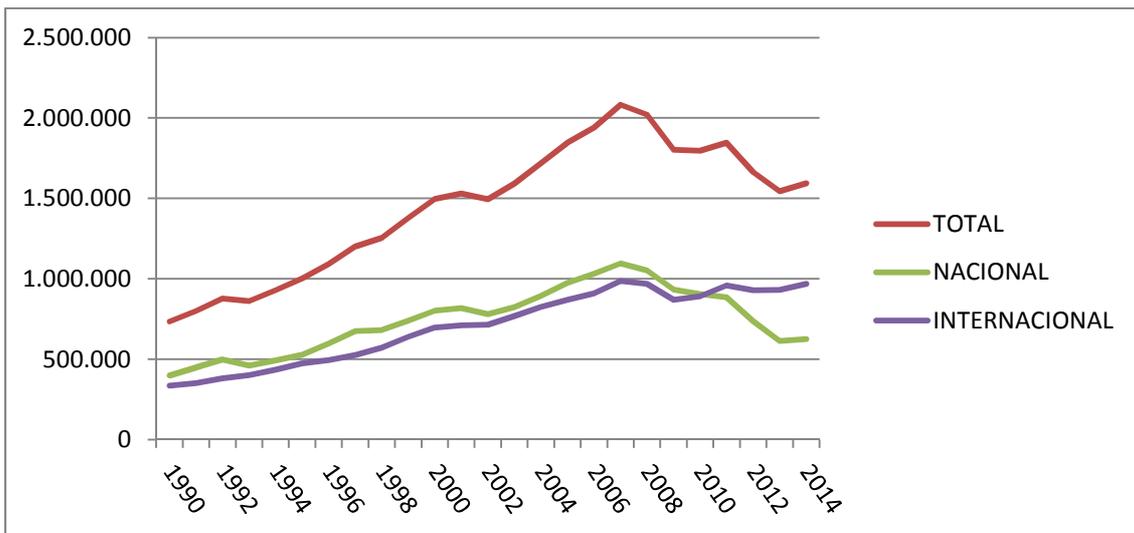
Aeropuertos

La publicación sitúa a España en el nº 10 del ranking mundial. En el 2013 contaba con 48 aeropuertos operativos siendo en el 2014 cuando algunos de ellos, dada su escasa capacidad han reducido su operatividad.

De acuerdo con el boletín estadístico del Ministerio de Fomento, el número de operaciones realizadas en los aeropuertos españoles durante el año 2014 ascendieron a 1.594.395 de las que 968.501 correspondieron a vuelos internacionales y 625.894 a nacionales.

En la última década se observa una caída de operaciones de un 7,14%, especialmente en el ámbito nacional (-29,9%) pasando de 893.111 operaciones en el 2004 a los 625.894 citados anteriormente, siendo compensado parcialmente por un incremento de las operaciones internacionales del 17,52%, pasando de 824.050 a 968.501 operaciones.

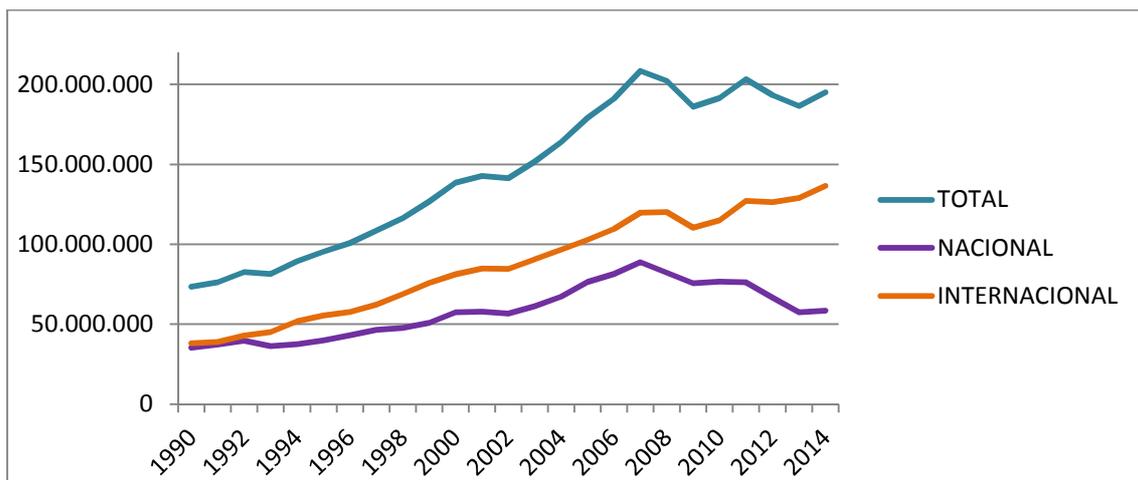
Gráfico 16: Movimiento de aeronaves (1990-2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Fomento

En cuanto al número de viajeros del sector aéreo, ha crecido de forma sustancial pasando de transportar 163,8 millones en el 2004 a 194,9 en el 2014 con un crecimiento del 19%. Los viajeros con origen internacional han pasado de 96,6 millones en el 2004 a 136,4 en el 2014 con un crecimiento del 41,2%. Por el contrario los viajeros en vuelos nacionales han caído un 12,9% pasando de 67,2 millones en el 2004 a 58,5 en el 2014.

Gráfico 17: Evolución del movimiento de pasajeros en los aeropuertos (llegadas y salidas) en el periodo 1990-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Fomento

En el año 2007 se observan los mayores picos de actividad tanto en operaciones de aeronaves con 2,08 millones de operaciones y 208,5 millones de viajeros transportados.

Puertos

En relación a las infraestructuras en puertos, está situada en el número 9 del ranking.

España es un país de gran tradición marítima que tiene más de 7.800 kilómetros de costa. Goza de gran variedad de infraestructuras marítimas que se podrían clasificar en: puertos dependientes de los territorios, tanto estatal como autonómico, consideradas estructurales y puertos deportivos y de recreo que pueden estar gestionados en régimen de concesión y gestión directa por Comunidades Autónomas, Autoridades Portuarias, Sociedades Anónimas o Clubes Náuticos.

De acuerdo con los datos publicados por el Ente Público Puertos del Estado, España cuenta con 28 puertos de los denominados de interés general del estado así como numerosos puertos menores dependientes de las distintas comunidades autónomas. La evolución de pasajeros transportados desde 1990 a 2013 ha pasado de 16,4 millones a 33 millones duplicando el número de viajeros tanto de líneas regulares como de crucero.

Tabla 5: Comparación del tráfico de pasajeros en los principales puertos de interés general del Estado en miles de personas (1990-2013)

Puerto	1990	2013	Variación	Incremento
Baleares	1.142	5.799	4.657	407,8
Barcelona	665	3.628	2.963	445,6
Las Palmas	665	2.216	1.552	233,7
Tenerife	1.890	5.141	3.251	172,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Fomento

En cuanto a los puertos deportivos, de acuerdo con los datos publicados en su informe anual, relativo a 2013, por la Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos, en la geográfica española existen 452 concesiones náutico-deportivas de las que si se excluyen los fondeaderos y marinas secas ascienden a 395. Los puertos deportivos repartidos por la amplia costa española ascienden a 368 con una capacidad de amarres instalados de 132.930.

Desde 1992 a 2013 se han incrementado sustancialmente los puntos de amarre pasando de 64.938 a 132.930 duplicando su capacidad en estos años. Los puertos e instalaciones deportivas han crecido de 232 a 368 por lo que el incremento en número de amarres ha sido debido tanto por la construcción de nuevos puertos como por la ampliación de las existentes.

Por zonas marítimas el mediterráneo cuenta con el 61% de las instalaciones.

Tabla 6: Principales provincias por puertos deportivos y puntos de amarre

Provincia	Puertos e Instalaciones	Puntos de Amarre
Galicia	88	12.356
Baleares	69	22.431
Cataluña	59	30.770
Andalucía	58	20.272
Valencia	50	19.641

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FEAPDT

6.1.3. Clima, situación geográfica y naturaleza

Al ser un país del sur de Europa con un carácter plenamente mediterráneo, con temperaturas templadas, inviernos suaves en el litoral, con una pluviosidad poco elevada (incluso en zonas septentrionales en comparación con la países del norte del continente) y caracterizado con una ausencia de lluvias en la época veraniega, hace que España sea por su atractivo climático un destino objetivo por los habitantes del centro y norte de Europa, contando con una media de más de 300 días de sol al año.

España disfruta de una riqueza y diversidad biológica privilegiadas en comparación con otras regiones europeas, posee distintos ecosistemas: alpinos como los Picos de Europa y Pirineos, zonas desérticas como en Almería y Navarra, pasando desde los paisajes volcánicos de las Islas Canarias hasta los humedales de las Tablas de Daimiel o Doñana. España tiene 15 parques nacionales, gestionados y administrados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y más de 3.500 espacios naturales protegidos tanto desde el ámbito autonómico como desde el ámbito internacional.

6.1.4. Situación geopolítica (zona euro)

Al estar España dentro de la zona euro, formada por 19 países, permite que los originarios de estos países puedan utilizar su misma moneda y así evitar el coste de tipo de cambio. Al mismo tiempo, ofrece una seguridad jurídica y ciudadana comparable a la que tienen en sus países de origen.

6.1.5. Nivel de vida

De acuerdo con los últimos datos publicados por Eurostat, relativos a 2013, España se sitúa como el tercer país más barato, solo por delante de Grecia y Portugal.

Por el contrario, los nacionales de países como Noruega y Suiza encuentran a España sustancialmente más barata que sus países de origen en más de un 60%. Reino Unido como principal emisor de turistas encuentra que España es un 21% más atractiva e nivel de precios que su propio país.

Tabla 7: Comparativa del nivel de precios por países de los hogares incluyendo impuestos indirectos 2007-2013

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
EU (28 países)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Belgica	107,5	110,5	112,3	110,2	110,2	109,8	110,8
Dinamarca	137,4	139,8	143,1	140,5	141,3	139,0	139,4
Alemania	101,8	103,6	107,0	103,5	102,2	100,5	102,3
Irlanda	124,2	129,8	125,6	118,1	119,2	118,8	120,0
Grecia	89,9	91,8	95,0	94,5	95,1	92,5	89,2
España	92,9	95,2	97,7	96,6	97,0	94,9	93,5
Francia	108,2	110,6	112,3	110,1	109,9	109,0	109,8
Italia	102,6	102,5	104,9	101,2	103,1	103,4	103,2
Luxemburgo	114,9	117,3	121,6	122,3	120,6	118,8	121,4
Holanda	102,1	104,2	107,9	107,9	108,4	108,4	111,1
Austria	102,7	105,2	107,9	105,1	105,8	105,6	107,2
Portugal	85,8	87,9	89,2	87,4	85,0	83,3	81,3
Finlandia	119,7	120,8	124,1	121,7	122,1	121,3	123,1
Suiza	115,7	113,0	107,6	119,7	125,8	128,7	131,6
Reino Unido	114,1	103,1	96,8	107,8	109,1	116,4	114,6
Noruega	137,6	140,7	139,4	150,4	156,6	160,1	157,1
Suiza	125,2	128,6	137,6	148,1	160,2	158,5	154,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Eurostat

Es importante señalar la devaluación interna ocurrida en los últimos años en España, reduciendo precios y aumentando la diferencia del coste de la vida con los distintos países. Situándonos en el 2011, la diferencia con la media de la Europa de los 28 se situaba en 3 puntos habiéndose incrementado hasta los 6,5% en el 2013. Comparando por países Reino Unido ha pasado de ser un 12,1% más caro que España a un 21,1%, Alemania de un 5,2% a un 8,8%, Francia de un 12,9 a un 16,3% e Italia, por solo citar los principales países emisores de turistas, de un 6,1% a un 9,7%. Por tanto, el factor nivel de vida, es esencial como un atractivo más del país.

Este organismo ha publicado en 2014 sobre datos de 2013 un análisis comparativo de niveles de precio por tipologías de gasto en bienes y servicios. Este análisis está basado en más de 2.400 encuestas a consumidores de 37 países ⁶ .

En el anexo 1 se puede observar el nivel de precios que ofrece España para las tipologías de gasto más vinculadas al turismo como puede ser el transporte o los restaurantes y hoteles.

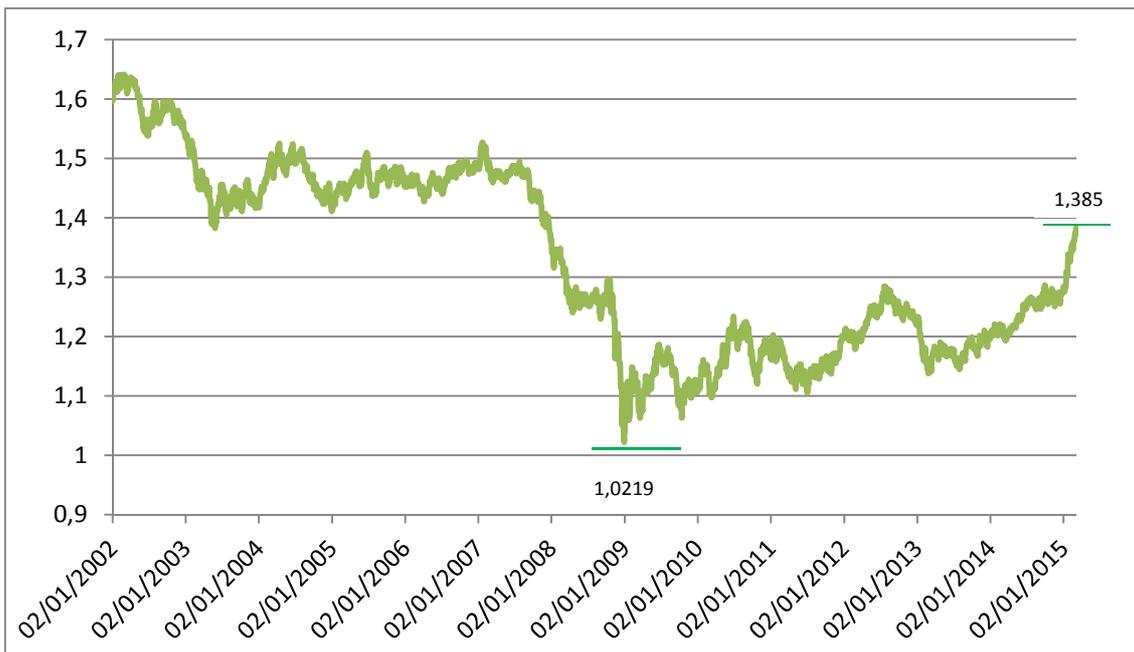
6.1.6. Tipo de cambio

La evolución del tipo de cambio durante los años considerados en este informe han ayudado a que España sea un destino más barato para los turistas cuyas monedas son el dólar o están correlacionadas con el mismo, que apoyándose en un inferior coste del nivel de vida como se ha expresado en el epígrafe anterior, está haciendo que España sea un destino con un atractivo económico superior.

Reino Unido es el principal emisor de turistas fuera de la zona euro y por tanto, el más afectado a las posibles variaciones del tipo de cambio. Como se puede observar en el siguiente gráfico, tras tocar suelo el 29 de diciembre de 2008 en el que por cada libra esterlina se cambiaba a 1,02 euros, ha existido una devaluación constante del euro hasta alcanzar durante el mes de marzo de 2015, la cantidad de 1,38 euros por cada libra entregada.

⁶ El grupo de países participantes incluye a la Europa de los 28, cinco países aspirantes (Montenegro, Macedonia, Albania, Serbia y Turquía, un potencial aspirante (Bosnia Herzegovina) así como Islandia, Noruega y Suiza.).

Gráfico 18: Evolución del tipo de cambio. Libra Esterlina vs Euro (2002-2015)

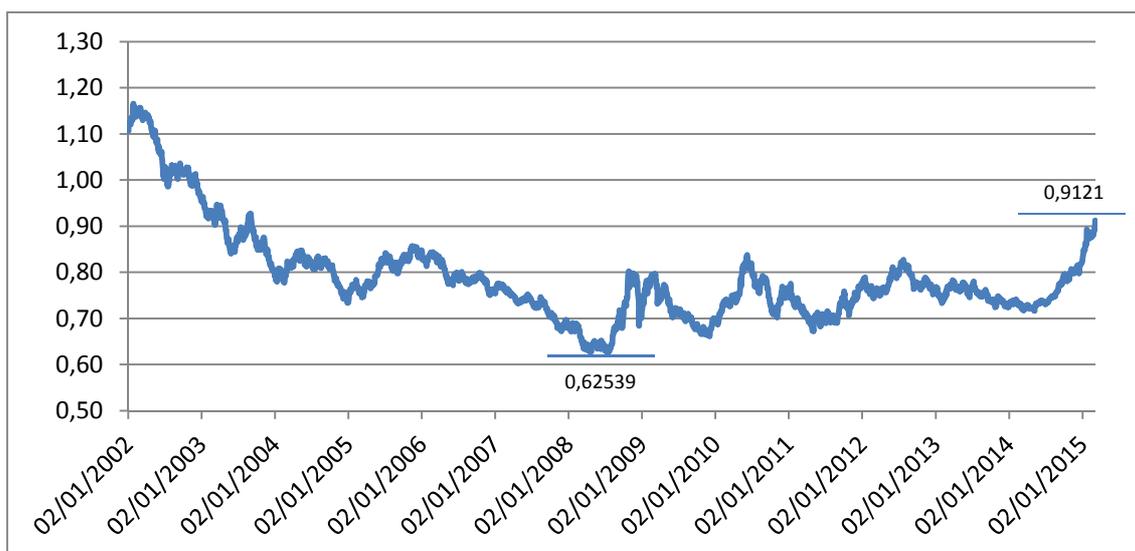


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ECB

Aunque con menos incidencia que la libra dado que el número de turistas extracomunitarios y con exclusión del Reino Unido es limitado, se viene observando un crecimiento sostenido de originarios fuera de los países citados, por tanto, el efecto de la variación positiva en estas fechas del tipo de cambio Dólar/Euro ofrece un atractivo adicional para esas fuentes de turismo exterior.

El siguiente gráfico muestra la evolución del tipo del Dólar vs Euro desde el momento de entrada en vigor de la moneda única, expresando su valor en cuántos euros serán facilitados al turista por cada dólar cambiado.

Gráfico 19: Evolución tipo de cambio Dólar vs Euro (2002-2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ECB

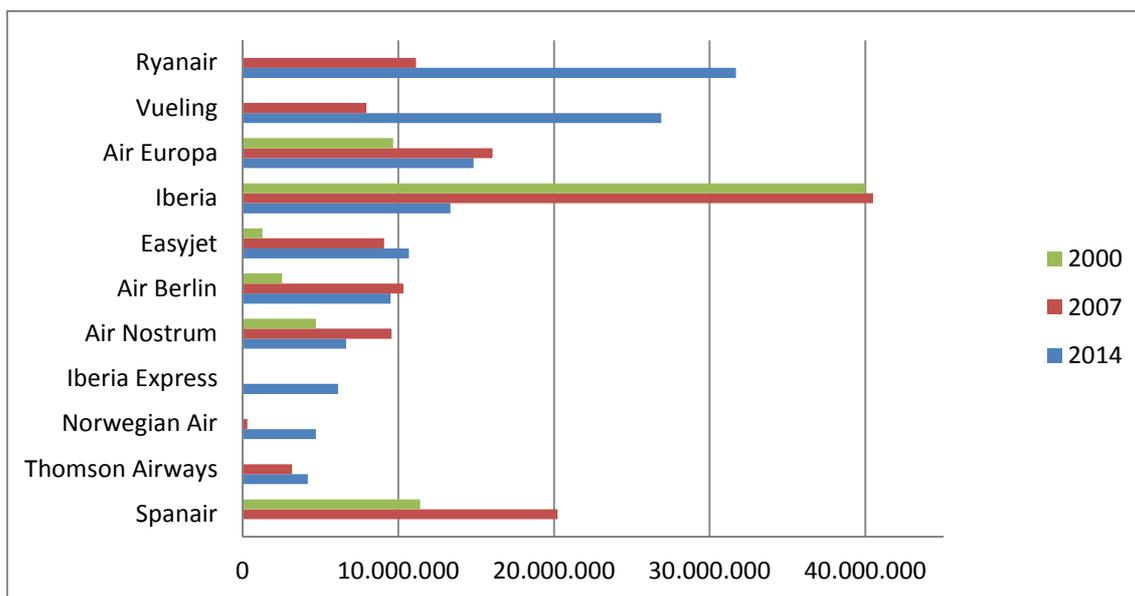
Se observa que desde julio 2008 cuando el euro tocó techo cambiándose cada dólar por 0,625 euros, se ha ido depreciando hasta llegar a fecha de la emisión de este trabajo (marzo 2015) a pagarse 0,91 euros por cada dólar cambiado. Las perspectivas, dadas las acciones de estímulos económicos que está implantando el Banco Central Europeo, son que en el corto plazo pudiera existir una paridad euro dólar.

6.1.7. Creación de las compañías aéreas “low cost”

“Las compañías aéreas de bajo coste (CBC) fueron responsables de la a 54,2% (34,9 millones) de las llegadas de turistas internacionales. Reino Unido y Alemania fueron origen del 52,2% de los pasajeros internacionales de CBC. Sin embargo, se viene observando en los últimos años una mayor participación en la emisión de pasajeros de CBC de otros países como Países Bajos, Irlanda o Francia” (ITE, 2013).

La implantación de compañías aéreas low cost, sobre todo en los últimos años ha favorecido al sector, permitiendo a los turistas desplazarse a distintas ciudades a un precio más asequible. Por lo tanto, esto ha influido en que a pesar de la crisis económica el sector haya podido alcanzar records históricos.

Gráfico 20: Evolución de las compañías aéreas en vuelos comerciales por número de pasajeros en 2000, 2007 y 2014



Elaboración propia a partir de datos de AENA

En el gráfico de barras anterior se puede observar la evolución de las distintas compañías aéreas que en 2014 constituyeron el ranking de las que más pasajeros transportaron en vuelos comerciales realizados, siendo un aeropuerto español destino u origen. En el podemos situar que más de la mitad de las compañías son denominadas “bajo coste”, presentado las dos primeras del ranking 58,6 millones de pasajeros en 2014.

La compañía irlandesa Ryanair, presenta la mejor evolución desde 2000. Lidera en 2014 el ranking presentando unas cifras de 31.684.524 pasajeros, un 184% más que en 2007. En el gráfico no se aprecia que en 2000, cuando esta compañía empezó a operar en España transportó a 64.173 pasajeros, por lo tanto, si se compara con 2014, su crecimiento ha sido del 49.274%.

Iberia, que es la compañía española más representativa, lideraba en 2007 y 2000 el sector, pero con la llegada de las compañías low cost, ha perdido cuota de mercado, transportando un 67% menos de pasajeros que en 2007. Dicha compañía ha creado una filial, Iberia Express, aparentemente de precios más competitivos, para hacer frente al auge de las compañías low cost. Por otro lado, IAG compañía resultante de la fusión de British Airways e Iberia también tiene control sobre Vueling (2ª posición en el ranking) y tiene franquiciada Air Nostrum (7º puesto).

Spanair, que cesó operaciones a principios de 2012, se encuentra fuera del ranking de 2014, pero se incluye en el gráfico ya que en los años anteriores de la muestra tenía una alta cuota de mercado.

6.1.8. Nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías y en concreto internet, han revolucionado el mundo y no iba a ser menos el sector del turismo. La rapidez, la facilidad tanto en obtener información así como ejecutar las reservas, es lo que puede caracterizar el cambio irreversible en las pautas de comportamiento en la contratación de viajes o paquetes turísticos.

Con la aparición del comercio electrónico a finales del siglo XX, las políticas de innovación de aerolíneas han potenciado la compra directa de billetes a través de sus propias páginas webs, ahorrando costes por las comisiones que cedían a las agencias de viajes tradicionales, optimizando recursos humanos al poder realizar la facturación online y al poder obtener las tarjetas de embarque, generalizando el uso de tarjetas de fidelización de los clientes, así como efectuando un marketing online ofertando vuelos a precios reducidos.

Con la crisis ha surgido una oportunidad para los llamados agregadores de datos o comparadores, como es el caso de Trivago, Last minute o Kayak entre otros. Al estar en un periodo de recesión y al verse las familias obligadas a intentar recortar gastos o intentar ahorrar, estas páginas webs y agencias online han crecido de forma sustancial al ofrecer una reducción de precios con respecto al canal físico de ventas.

A modo de ejemplo, un 80,9% de los turistas que viajan en compañías de bajo coste y un 66,1% de los de compañías tradicionales utilizaron internet en algún momento de la planificación del viaje en 2013.

Por otro lado, internet facilita la planificación de viajes estando presente en toda la cadena:

- Búsqueda de hoteles y vuelos
- Detalles de los destinos
- Mapas e itinerarios
- Sitios de compras
- Restaurantes
- Visitas a museos, parques naturales...
- Guías de ocio ("Things to do in...")
- Guías de transporte y reservas de billetes
- Contratación de excursiones, visitas, alquileres de vehículos

Estas websites están creadas por los organismos públicos con competencia en turismo y/o las propias empresas anunciantes de sus servicios, permitiendo a los usuarios desde comparar precios y localizaciones hasta realizar visitas virtuales en los museos.

Hay que destacar que compañías internacionales como Google con sus servicios de Maps y Street View o Tripadvisor como generador de opinión a través de las vivencias de los propios viajeros, son referente de cómo las nuevas tecnologías han cambiado la forma de viajar.

Mención especial, por su singularidad y desconocimiento general en España son las web, predominantemente extranjeras que están orientadas a la captación en sus países de origen para el denominado turismo de salud. Treatment abroad, para el mercado inglés, Medical Tourism Association para el paciente estadounidense, el grupo francés Green4Care o la alemana Med2Heal ofrecen todo tipo de servicios centrado en el subsegmento de salud. En los últimos tiempos se han unido a este tipo de webs especialistas las españolas Grupo Medical Stay, Medical Care Spain o Intermedical Solutions.

6.2. Debilidades

6.2.1. Fronteras

España al ser una península, cuenta únicamente con dos fronteras. Esto puede considerarse una debilidad ya que suele haber mayor afinidad a viajar a países fronterizos. Cabe destacar que la gran mayoría de los excursionistas que recibe España, proceden de Portugal y de Francia (un 80%). Se podría llegar a la conclusión de que si España fuese un país con más fronteras, recibiría un mayor número de excursionistas.

6.2.2. Demanda concentrada

Más de la mitad del número de turistas que viene cada año a España, proceden de Reino Unido, Alemania y Francia, los cuales están muy orientado al turismo vacacional de “sol y playa” (PNIT, 2012-2015).

Esto puede provocar que ante una posible recesión económica de estos países, provocando una disminución en la renta disponible en sus nacionales para proyectos vacacionales, afecte de forma considerable al turismo español.

Por otro lado al ser el motivo principal de la llegada de estos turistas extranjeros el “sol y playa” y en un porcentaje importante de no gran poder adquisitivo, al llegar a poder existir ofertas más competitivas, a menor precio, puede existir un desvío de extranjeros hacia esos nuevos destinos.

6.2.3. Sujeto a vaivenes económicos

En 2013, España alcanzó un máximo tanto en ingresos por turismo (gasto que realizaron los turistas) como por número de personas que visitaron el país. Esto fue gracias a la recuperación de los países emisores (Banco de España, 2013).

Por el contrario si hacemos una comparación entre el número de turistas que llegaban a España de los países denominados PIIGS, exceptuando España, el total de turistas de estos países ha disminuido un 20% respecto a 2007. Por esta razón resulta imprescindible no

centrarse solo en un tipo de turismo y perfil de cliente, resulta importante como en cualquier tema económico la diversificación.

6.2.4. Alta estacionalidad

El periodo vacacional por excelencia en el que se concentra la mayor afluencia de turismo es en los meses de Julio, Agosto y Septiembre llegando a alcanzar prácticamente el 100% de la ocupación hotelera. También resalta la Semana Santa y los distintos puentes a lo largo del año como periodos clave para el turismo.

6.3. Oportunidades

6.3.1. Exploración y desarrollo de mercados emergentes

Como se ha dicho anteriormente, Reino Unido, Francia, Alemania y en menor medida Italia forman parte del grupo de cabeza que aportan más visitantes a nuestro país.

Tabla 8: Ranking de países que más gastan en turismo internacional 2012-2013

Nº	Ranking	Gasto turismo internacional (US\$ miles de mill)		Población (mill)	Gasto per capita %US\$
		2012	2013		
1	China	102,0	128,6	1.361	94
2	Estados Unidos	83,5	86,2	316	273
3	Alemania	81,3	85,9	81	1.063
4	Federación Rusa	42,8	53,5	143	374
5	Reino Unido	51,3	52,6	64	821
6	Francia	39,1	42,4	64	665
7	Canada	35,0	35,2	35	1.002
8	Australia	28,0	28,4	23	1.223
9	Italia	26,4	27,0	60	452
10	Brasil	22,2	25,1	198	127

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de UNWTO Tourism Highlights

Basándonos en la información de la tabla anterior, la exploración de nuevos mercados dentro de los países de economías emergentes con alto nivel de gasto en viajes internacionales presentan una gran oportunidad de atraer e incrementar el número de turistas hacia el mercado español.

China se sitúa en el primer lugar en el ranking en 2012 y 2013 con un crecimiento anual del gasto del 26%, con previsiones de aumento del PIB del 7,1% en 2015, apoyado por una clase media creciente y una población de más de 1.300 millones de personas, debe de ser una de nuestras principales apuestas de inversión.

Brasil y Rusia, también economías en desarrollo con crecimientos esperados del PIB en 2015 del 0,3% y -3% y en 2016 del 1,5% y -1% respectivamente, y con grandes bases de población objetiva, deben de ser foco de atención. Si bien es cierto que con los problemas político-económicos de Rusia en 2014 debido a las sanciones internacionales, puede ser un mercado resistente en estos momentos. Brasil con una previsión positiva del PIB y un incremento del gasto del 13%, puede ser una oportunidad de aumentar la base de turistas.

Con mayor cercanía, mercados en desarrollo como los países del este de Europa e incorporando los países de la Comunidad de Estados Independientes (sin incluir Rusia), presentan al igual que los anteriores una gran oportunidad tanto por el número de potenciales viajeros como por sus perspectivas económicas, con crecimientos esperados del PIB en 2015 2,9% y 2,4% y en 2016 del 3,1% y 4,4% respectivamente.

No debemos olvidar a Estados Unidos, en segunda posición en gasto, así como a Reino Unido en quinta posición, siendo nuestro primer aportante de visitantes, dos países que con la revalorización de sus divisas nacionales España debería de ser uno de sus destinos principales.

La exploración y promoción de España en mercados hoy prácticamente inexplorados, hacen que se pueda afirmar que el número de visitantes y países aportantes no haya tocado techo.

6.3.2. Incremento del atractivo de la oferta.

El interés por el turismo de “sol y playa” concentra el mayor porcentaje de los viajeros que nos visitan. Desarrollar y vender los distintos atractivos que tiene España reflejados en este informe deberían de servir para aumentar el número de visitantes así como fidelizar a los que ya lo hacen.

Potenciar el atractivo del turismo rural, sostenible, explotando el gran legado histórico del país, fomentar el conocimiento de la gastronomía, los vinos y aceites, creando paquetes turísticos que integren esta oferta.

6.3.3. Envejecimiento de la población en Europa

La población europea envejece. De acuerdo con el ratio Projected old-age dependency elaborado por Eurostat, en la Europa de los 28, los mayores de 65 años en 2013 ascendían a 27,4 millones, proyectando para los años 2020 y 2030 las cifras de 31,8 y 39 millones respectivamente.

Las cifras proyectadas para los países que hoy aportan mayor número de turistas, sitúan que para los años 2020 y 2030, un incremento de la población mayor de 65 años del 14,34% y 30,83% para Alemania; 18,73% y 19,60% para Francia y 11,72% y 18,33% para Reino Unido.

El envejecimiento de la población, las benévolas características climáticas, el atractivo factor precio, así como las infraestructuras sanitarias, hace que en los próximos años se presente una oportunidad única de que jubilados europeos de clase media puedan disfrutar de un turismo de salud de calidad en nuestro país.

6.3.4. Depreciación del euro

Como se ha comentado, la oportunidad que aparece con la depreciación del euro, prácticamente a la par con el dólar, así como unos precios contenidos debe de ser utilizado como un atractivo más para captar a nuevos visitantes fuera de la zona euro.

6.4. Amenazas

6.4.1. Competidores

Desde el 2010 España se ha beneficiado del cambio de flujos turísticos desde el norte de África, con motivo de la primavera árabe, en la que países como Túnez o Egipto se han visto envueltos en levantamientos con gran inestabilidad política y tensiones sociales. Según el Instituto de Estudios Turísticos se estima que en 2011 del incremento de un 7,6% de llegada de turistas, un alto porcentaje (3-4%) podría ser atribuible a estos conflictos. Cuando estos países retornen a una estabilidad como la que presentaban antes de los levantamientos al ser competitivos en precio y con atractivos turísticos “exóticos” y de aventura, además de playas, España podrá perder este flujo considerado temporal.

Por otro lado, el Ministerio de Economía y Competitividad en su Estudio “China ¿Oportunidad o amenaza para el turismo español?”, señala el riesgo para España de perder la tercera posición como destino turístico mundial, haciendo referencia a que según las previsiones de la OMT España será alcanzada por China en este ejercicio (2015). La mayor apertura de este país, atractivo por lo desconocido, riqueza cultural y un gran incremento en número vuelos y destinos con este país, hacen que cada vez un mayor número de operadores oferten viajes hacia China. Este incremento de conexiones áreas no solo puede hacer que turistas europeos o americanos que elegían España sean desviados a este nuevo destino, sino que el turista chino llegue a nuevas ciudades y países a los que no podían acceder con facilidad.

6.4.2. Reducción de turismo emisor

De acuerdo con el documento “Claves del Turismo Ruso”, emitido por la Oficina de Turismo en Rusia, de enero a noviembre de 2013 más de millón y medio de turistas rusos llegaron a España. Una cifra que cuadruplicaba las llegadas del 2009 siendo el mercado europeo el que más crecía en valores absolutos y suponiendo un 4% del total del gasto turístico en 2013.

Durante el 2014 la devaluación del rublo, las sanciones internacionales por la anexión de Crimea y el apoyo a los separatistas en Ucrania, han provocado que según FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras) a diciembre 2014, la entrada de turistas rusos haya disminuido un 10,3% con respecto al mismo mes del año anterior, no existiendo perspectivas positivas para el 2015.

6.4.3. Terrorismo

El terrorismo se podría considerar como una posible amenaza a la entrada de turistas extranjeros a España. Según el análisis propio realizado sobre el terrorismo de los últimos años en el país, se ha considerado que los atentados terroristas no han afectado al turismo. A modo de ejemplo, se ha visto que después del segundo mayor atentado en Europa hasta la fecha, llevado a cabo por Al Qaeda en 2004 en Madrid, más conocido como el 11-M, no produjo en ese mismo año ni en 2005 una caída en la entrada de turistas, es más, aumentaron un 3,1% y un 6,6% respectivamente.

En cuanto a los atentados de ETA, tampoco se observa ninguna relación con el turismo. Después de la tregua permanente que se realizó en marzo de 2006, se produjo el atentado en la T4 del Aeropuerto de Madrid - Barajas en diciembre de ese mismo año. En 2007, el turismo en el País Vasco aumentó un 17,28% y el de España un 2,86%. En las siguientes treguas, septiembre de 2010 y enero de 2011 tampoco se observa ningún cambio atribuible a dichos acontecimientos al aumentar el turismo en 2010 y 2011 en España un 2,01% y 5,81% respectivamente y por parte del País Vasco un 18,21% y 6,76%.

No obstante, ante la actual amenaza global de terrorismo de carácter islamista, dependiendo de la brutalidad de las acciones, podría llegar a influir en una menor entrada de turistas ya que en varias ocasiones el Estado Islámico (IS) ha mencionado la voluntad de volver conquistar Al-Andalus.

7. Conclusiones

Del análisis de los datos del trabajo se desprende que el sector turístico ha sido uno de los motores de la economía durante los años centrales de la crisis, mientras que la práctica totalidad de los sectores de producción caían en cuanto a su aportación al PIB nacional, el sector turístico ha incrementado su posición relativa entre el año 2008 y 2012 (última cuenta satélite publicada) en 0,5 puntos porcentuales, siendo el año 2008 el año en el que PIB alcanzó como cota histórica los 1,2 billones de euros. El impacto en la contabilidad nacional en los años 2013 y 2014 aunque no ha sido debidamente cuantificado por la ausencia de datos homogéneos, especialmente por estar pendiente la actualización de la Cuenta Satélite publicada por el INE de estos años, la información apunta a un crecimiento mayor que el recogido para el periodo comentado.

Uno de los principales indicadores de la buena salud del sector es el empleo. Al igual que en la aportación al PIB, la destrucción de empleo que se ha vivido en estos años y que ha llevado a unas tasas de paro superiores al 25% afectando a sectores fundamentales del tejido productivo, el sector turístico mantiene en el 2013 prácticamente el mismo nivel de empleo que en el 2007, con unas cifras de 1,93 millones de afiliados a la Seguridad Social, recuperando un pequeño bache en el 2009 en el que se perdieron 42.000 empleos.

Por otro lado, el factor precio a través de la devaluación interna que España ha realizado en los últimos años ha hecho que la comparativa de niveles de precios de la Europa de los 18, que en 2011 ofrecía una diferencia de solo 5,9 puntos, en media en el 2013 alcanza 9,2 puntos, es decir en dos años somos un 3,3% más baratos, lo que ha favorecido la entrada de turistas foráneos. Como caso singular de referencia en la comparación con el Reino Unido, si en 2011 éramos un 12% más baratos en el 2013 lo somos en un 21%.

El trabajo también nos permite apreciar, que esta buena salud del sector ha estado apoyada por factores exógenos y sin control por los intervinientes en la cadena. Factores como la primavera árabe que nos ha permitido aprovechar un desvío de flujos turísticos de zonas con conflictos sociales como Egipto, Túnez o en menor medida Turquía o la depreciación del euro que ha beneficiado a viajeros procedentes de fuera de la zona euro. Es necesario recordar que nuestro principal proveedor de turistas es el Reino Unido.

Esta constante depreciación del euro desde el 2009 así como la rebaja del precio de los carburantes en el último año hace que seamos un país particularmente atractivo.

Por todo lo anterior, podemos confirmar el poder del turismo como locomotora de la economía en España durante estos años, pero al estar apoyada por los factores externos comentados, hace que tengamos que seguir activos para no perder cuota e incluso tener capacidad de ganarla, trabajando en las oportunidades reflejadas en el apartado homónimo para que esta industria siga siendo en el futuro lo que es hoy en el panorama económico nacional.

8. Futuras líneas

La OMT prevé en el informe de 2014 que el turismo aumente de forma anual en los próximos años un 3,3%, llegando a alcanzar en 2030 los 1.800 millones de turistas a nivel mundial.

En España, las estimaciones del turismo para 2015 son positivas pensando que pueden superar las de los años anteriores. En el mes de enero el número de visitantes extranjeros aumentó un 2,2% respecto de 2014 (5.767.158 turistas), al igual que el gasto total que superó al del año anterior en un 9,4%, alcanzando los 3.826 millones de euros según los recientes datos ofrecidos del Instituto de Estudios Turísticos.

En la actualidad, el turismo en España está apoyado en un turismo marcadamente europeo, favorecido por el tipo de cambio, en el caso británico, y beneficiado por el desvío de viajeros desde países afectados por la primavera árabe. Por tanto, queda mucho por hacer para reducir el riesgo de cambio de destino y ampliar la potencial base de viajeros hacia nuestro país aprovechando las optimistas perspectivas de los próximos años para el turismo mundial, por lo que el desarrollo de los siguientes puntos puede ser una base de salida:

- Ampliación de nuevos mercados. Es necesario potenciar las acciones de marketing en los países tradicionalmente emisores de viajeros así como en países en los que hoy representan un porcentaje residual de la tarta como rusos o asiáticos.
- Promoción de nuestro país como poseedor de un gran atractivo y rico patrimonio histórico y cultural, creando productos turísticos que agreguen no solo el turismo vacacional tradicional, sino que potencien visitas culturales, rurales, gastronómicas, vitivinícolas o deportivas, desarrollando acciones que vendan la diversidad de los atractivos que se posee, desde Parques Nacionales, montañas y desiertos hasta aldeas medievales o ciudades cosmopolitas.
- Para todo ello la inversión en la imagen de marca es esencial.
- Mantenimiento y controles de calidad de los activos hoteleros y hosteleros, fomentando y ampliando la formación del personal que desarrolla su actividad en el sector.
- El fomento del multilingüismo desde el personal que se relaciona con los viajeros hasta la confección de cartas en restaurantes, precios, indicaciones, cartelería en museos o en cualquier actividad turística.

El trabajo sobre estos puntos por parte de todas las instituciones involucradas, tanto públicas como privadas, desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo a los touroperadores, pasando por toda la cadena de valor puede hacer que la fortaleza que este sector presenta en la actualidad no solo se mantenga a salvo de los riesgos comentados, sino que pueda presentar crecimientos significativos en los próximos años.

9. Bibliografía

AENA, (2013). "Informe anual de Tráfico de Pasajeros, Operaciones y Carga en los Aeropuertos Españoles". Disponible en:

<http://www.aena.es/csee/ccurl/894/319/Estadistica%20Anual%20definitiva%202013.pdf>
[Consultado el día 21 de diciembre de 2014]

Álvarez, J.; García, C. y E. Gordo, (2007). "Un análisis de los determinantes del turismo no residente en España". Banco de España. Boletín económico, junio 2007, pp. 69-82. Disponible en:

<http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/07/Jun/Fich/art4.pdf> [Consultado el día 13 de febrero de 2015]

Andreu, R.; Claver, E. y D. Quer, (2009). "China: ¿Oportunidad o amenaza para el turismo español? Boletín económico de ICE del 1 al 15 de febrero de 2009. Disponible en:

http://www.revistasice.com/cache/pdf/BICE_2958_25-36__611F8428C74DDA7D778B7DAF630094B9.pdf [Consultado el 1 de marzo de 2015]

Auren y Escuela de Organización Industrial (EOI), (2013). "Turismo de Salud en España".

Disponible en: http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf [Consultado el día 19 de diciembre de 2014]

Barreno, J., (2014). "Los cruceros, un tipo de turismo al alza a pesar de la crisis" en *El Mundo*, 17 de noviembre de 2014. Disponible en:

<http://www.elmundo.es/espana/2014/11/17/5464d646268e3ef46c8b4572.html> [Consultado el día 19 de enero de 2015]

Blanke, J. y Chiesa, T., (2013). "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013". Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf [Consultado el día 15 de febrero de 2015]

Bote, V. (1998). "El desarrollo del turismo en España: cambio de rumbo y oportunidades científicas". Revista Valenciana d'Estudis Autònòmics, 4, 29-43. Disponible en:

<http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/espa%F1a/desarrollo%20del%20turismo%20en%20Espa%F1a.pdf> [Consultado el día 23 de enero de 2015]

Brida, J. G. et al., (2008). "La contribución del turismo al crecimiento económico". Cuadernos de Turismo, 22, pp.35-46. Disponible en:

<http://revistas.um.es/turismo/article/view/47931/45901> [Consultado el día 23 de enero de 2015]

Cembrero, I., (2014). "El Estado Islámico sueña con conquistar Al Andalus" en *El Mundo*, 4 de septiembre de 2014. Disponible en:

<http://www.elmundo.es/internacional/2014/09/03/540768e0ca4741406e8b456b.html>
[Consultado el día 15 de marzo de 2015]

Consejería de Empleo, Turismo y Cultura, (2014). "31ª Convención Mundial de Turismo Gay 2014 que se celebra en Madrid". Comunidad de Madrid. Disponible en: http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_Actualidad_FA&cid=1354331565077&language=es&pagename=ComunidadMadrid%2FEstructura [Consultado el día 15 de enero de 2015]

DBK, (2012). "Análisis del sector de balnearios, julio 2012". Disponible en: <http://www.balneariosurbanos.es/comunicacion/?p=6731> [Consultado el día 28 de enero de 2015]

Eurostat, (2014). "How is my region doing within the European Union? Eurostat regional yearbook 2014". Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_STAT-14-150_en.htm?locale=en [Consultado el día 3 de enero de 2015]

FEADPT, (2014). "Informe anual de puertos deportivos en España 2013". Disponible en: http://www.feapdt.es/wp-content/uploads/2014/08/20140324-Puertos_2013.pdf [Consultado el día 24 de febrero de 2015]

FEHR, (2012). "Los Sectores de la Hostelería en 2012". Disponible en: <http://www.fehr.es/libreria/detalle-publicaciones.php?publicacionesID=114> [Consultado el día 4 de enero de 2015]

FEHR, (2013). "Los Sectores de la Hostelería en 2013". Disponible en: <http://www.fehr.es/libreria/detalle-publicaciones.php?publicacionesID=120> [Consultado el día 4 de enero de 2015]

Fondo Monetario Internacional, (2015). "Perspectivas de la economía mundial - Contracorriente 20 enero de 2015". Disponible en: <http://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/weo/2015/update/01/pdf/0115s.pdf> [Consultado el día 9 de marzo de 2015]

García, M.T. y Álvarez de Pedro, J., (2013). "El turismo en la Balanza de Pagos". Dpto. Estadísticas del Banco de España. Disponible en: <http://www.revistaindice.com/numero56/p20.pdf> [Consultado el día 28 de febrero de 2015]

Gómez, A. y González, M.J., (2014). "La evolución reciente de turismo no residente en España". Banco de España. Boletín económico, abril 2014, pp.67-74. Disponible en: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/14/Abr/Fich/be1404-art2.pdf> [Consultado el día 13 de febrero de 2015]

GP Wild (International) Limited and Business Research, (2014). "The Cruise Industry. Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2014 Edition". European Cruise Council. Disponible en: http://www.europeancruisecouncil.com/images/downloads/reports/CLIA_2014.pdf [Consultado el día 19 de enero de 2015]

Hosteltur, (2014). "España recibió 7,6 millones de cruceristas en 2014". Disponible en: http://www.hosteltur.com/197200_espana-recibio-76-millones-crucecristas-2014.html [Consultado el día 19 de enero de 2015]

Instituto de Turismo (ITE), (2013). "Informe anual Turismo, Tráfico Aéreo y Compañías Aéreas de Bajo Coste en el año 2013". Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/companiabajocoste/anuales/Informe%20anual%20de%20CB C.%20A%C3%B1o%202013.pdf> [Consultado el día 17 de enero de 2015]

Instituto Cervantes, (2014). "El Español: Una lengua viva". Disponible en: eldiae.es/wp-content/uploads/2014/07/El-espa%C3%B1ol-lengua-viva-2014.pdf [Consultado el 2 de enero de 2015]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2007). "Informe Anual FAMILITUR 2007". Disponible en: [http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20de%20los%20Espa%C3%B1oles%20\(FAMILITUR\).%20A%C3%B1o%202007.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20de%20los%20Espa%C3%B1oles%20(FAMILITUR).%20A%C3%B1o%202007.pdf) [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2008). "Informe Anual FAMILITUR 2008". Disponible en: [http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20de%20los%20Espa%C3%B1oles%20\(FAMILITUR\).%20A%C3%B1o%202008.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20de%20los%20Espa%C3%B1oles%20(FAMILITUR).%20A%C3%B1o%202008.pdf) [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2009). "Informe Anual FAMILITUR 2009". Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%2009.pdf> [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2010). "Informe Anual FAMILITUR 2010". Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%2010.pdf> [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2011). "Informe Anual FAMILITUR 2011". Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%2011.pdf> [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2012). "Informe Anual FAMILITUR 2012". Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%2012.pdf> [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (ITE), (2013). "Nota de Coyuntura FAMILITUR diciembre de 2013". Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Mensuales/Nota%20de%20coyuntura%20de%20Familitur.%20Diciembre%202013.pdf> [Consultado el día 29 de diciembre de 2014]

Instituto de Turismo de España (Turespaña), (2015). "Plan de Turismo de Compras 2015".

Disponible en:

<http://www.tourspain.es/Documents/Plan%20de%20Turismo%20de%20Compras.pdf>

[Consultado el día 28 de diciembre de 2014]

Majó, J. y Galí, N. (2002). "Internet en la información turística". Ponencia presentada en el IV Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-TuriTec. Disponible en: <http://www.turitec.com/actas/2002/25.pdf> [Consultado el día 30 de enero de 2015]

Martiarena, A., (2013). "El Orgullo Gay, un negocio redondo para Madrid" en *La Vanguardia*, 5 de julio de 2013. Disponible en:

<http://www.lavanguardia.com/local/madrid/20130705/54377220936/orgullo-gay-negocio-redondo-madrid.html> [Consultado el día 15 de enero de 2015]

Martín, D., (1999). "Las tecnologías de la información y el turismo". *Estudios turísticos*, 142, pp.3-24. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-142-1999-pag3-24-83551.pdf> [Consultado el día 16 de enero de 2015]

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, (2014). "Anuario de prácticas deportivas 2014". Disponible en: http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2014.pdf [Consultado el día 8 de enero de 2015]

Page, D., (2014). "El boom del turismo impulsa la recuperación de España: inyecta 2.700 millones extra al PIB en dos años" en *Expansión*, 16 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://www.expansion.com/2014/01/15/empresas/transporte/1389800630.html> [Consultado el día 6 de febrero de 2015]

Renedo, A. (2014). "Claves del mercado ruso 2014". FITUR 2014. Disponible en: <http://www.tourspain.es/es-es/marketing/PEM/Biblioteca%20Mercados/Claves%20del%20mercado%20ruso%202014.pdf> [Consultado el día 3 de marzo de 2015]

Sánchez- Infante, B. y Muñoz, D.,(2007). "Orgullosa Madrid" en *El País*, 30 de junio de 2007. Disponible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2007/06/30/actualidad/1183154403_850215.html [Consultado el día 15 de enero de 2015]

Sánchez, A., y García, F. J. (2003). "El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios?". Disponible en: <http://repositorio.bib.upct.es:8080/jspui/bitstream/10317/1175/1/tcs.pdf> [Consultado el día 17 de enero de 2015]

Schwab, K., (2014). "The Global Competitiveness Report 2014-2015". World Economic Forum. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf [Consultado el día 3 de enero de 2015]

Secretaría de Estado de Turismo y ITE (Turespaña), (2011). "Plan Nacional e Integral de Turismo". Disponible en: http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan%20Nacional%20e%20Integral%20de%20Turismo%202012_2015_FINAL_REVISADO%20150313.pdf [Consultado el día 3 de noviembre de 2014]

Secretaría General Técnica, (2013). "Datos básicos del sistema universitario español curso 2013-2014". MECD. Disponible en: http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/datos-cifras/DATOS_CIFRAS_13_14.pdf [Consultado el día 4 de febrero de 2015]

Tamayo, B., (1997). *Las agencias de viajes frente a las nuevas tecnologías de distribución turística*. Madrid: Cotec. Disponible en: http://213.229.166.39/upload/documentos/200505130008_6_0.pdf [Consultado el día 16 de enero de 2014]

TourEspaña, (2005). "Turismo de Golf". Disponible en: http://www.rfegolf.es/ArticulosDocumento/Turismo%20e%20impacto%20econ%C3%B3mico/inf_turismo_turespana05.pdf [Consultado el día 19 de enero de 2015]

UNESCO, (2010). *El Patrimonio de la Humanidad*. Barcelona, Blume

UNWTO, (2012). "Global Report on LGBT Tourism AM Reports: Volume three". Disponible en: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_globalreportlgbttourism_lw_eng.pdf [Consultado el día 15 de enero de 2015]

UNWTO, (2014). "Global Report on Shopping Tourism 2014". Disponible en: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am9-shopping-report_v2.pdf [Consultado el día 13 de enero de 2015]

UNWTO, (2014). "Tourism Highlights 2014 Edition". Disponible en: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf [Consultado el día 13 de enero de 2015]

Vacas, C. y Landeta, M. (2009). "Aproximación al último medio siglo de turismo en España 1959-2009". *Estudios turísticos*, 180, pp.21-64. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-180-2009-pag21-64.pdf> [Consultado el día 9 de enero de 2015]

World Travel & Tourism Council, (2014). "Travel & Tourism Economic Impact 2014". Disponible en: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%20reports/world2014.pdf> [Consultado el día 26 de diciembre de 2015]

"El gasto de turistas rusos en Europa disminuyó en 2014 un 17% y la caída se agudizó este invierno" en *Euronews*, 9 de marzo de 2015. Disponible en: <http://es.euronews.com/2015/03/09/el-gasto-de-turistas-rusos-en-europa-disminuyo-en->

2014-un-17-por-ciento-y-la-/ [Consultado el día 12 de marzo de 2015]

"El turismo de aventura triplica su volumen de negocio en tres años" en *Hosteltur*, 29 de agosto de 2013. Disponible en: http://www.hosteltur.com/170900_turismo-aventura-triplica-su-volumen-negocio-tres-anos.html [Consultado el día 20 de enero de 2015]

"El turismo deportivo representa el 2,6% de los viajes nacionales en España, con más de 2,2 millones de desplazamientos" en *Europa Press*, 29 de julio de 2014. Disponible en: <http://www.europapress.es/turismo/turismo-verde-noticias/noticia-turismo-deportivo-representa-26-viajes-nacionales-espana-mas-22-millones-desplazamientos-20140729140716.html> [Consultado el día 19 de enero de 2015]

"España atrae a nueve millones de turistas deportivos durante el verano" en *ABC*, 4 de agosto de 2014. Disponible en: <http://www.abc.es/economia/20140804/abci-espana-atrae-nueve-millones-201408011239.html#formcomentarios> [Consultado el día 19 de enero de 2015]

"Las visitas crecen en el Prado y bajan en el Reina Sofía en 2014" en *El País*, 2 de enero de 2015. Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/01/02/actualidad/1420223036_742485.html [Consultado el día 15 de enero de 2015]

"The World's 50 Best Restaurants": <http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners> [Consultado el día 22 de diciembre de 2014]

Otras fuentes consultadas

Administrador de Infraestructuras

Ferrovias:	http://www.adif.es
Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea:	http://www.aena.es
Agencia Estatal de Meteorología:	http://www.aemet.es
Banco Central Europeo:	https://www.ecb.europa.eu
Banco de España:	http://www.bde.es
Blue Flag:	http://www.blueflag.org
Eurostat:	http://ec.europa.eu/eurostat
EXCELTUR:	http://www.exceltur.org
Instituto de Estudios Turísticos:	http://www.iet.tourspain.es
Instituto Nacional de Estadística:	http://www.ine.es
Marca España:	http://www.marcaespana.es
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte:	http://www.mecd.gob.es
Ministerio de Fomento	http://www.fomento.gob.es
Observatorio Turístico de Euskadi:	http://observatorioturisticodeeuskadi.basquetour.net
Organización Mundial de Turismo:	http://www2.unwto.org
Real Federación Española de Golf:	http://www.rfegolf.es
Turismo de España:	http://www.spain.info/es

10. Anexos

ANEXO 1

Tabla 9: Comparativa por países del nivel de precios de determinados bienes y servicios 2014

	Gasto en consumo final de los hogares	Equipamiento de transporte personal	Servicios de transporte	Comunicación	Restaurantes y hoteles
NO	157	160	153	119	189
CH	155	106	129	129	152
DK	139	155	135	91	148
SE	132	108	140	94	145
FI	123	114	133	73	128
LU	121	95	102	99	107
IE	120	111	115	130	127
UK	115	97	129	116	107
NL	111	117	123	125	116
BE	111	104	107	127	116
IS	110	117	149	95	122
FR	110	104	107	99	111
AT	107	104	110	86	106
IT	103	98	77	124	111
EA-18	103	101	98	105	101
DE	102	98	115	95	97
ES	93	101	81	118	91
CY	91	92	85	76	96
EL	89	94	76	121	87
SI	83	88	82	94	86
MT	83	101	111	87	89
PT	81	116	86	100	77
EE	78	88	71	60	78
LV	71	88	60	59	75
SK	69	84	53	83	67
CZ	69	81	56	99	58
HR	68	94	76	75	74
TR	65	108	59	86	78
LT	63	88	59	54	65
HU	60	86	69	93	53
ME	57	87	47	74	63
PL	56	85	67	54	73
RO	54	87	48	64	52
RS	54	84	64	59	50
BA	54	85	72	84	59
AL	50	79	40	54	43
BG	49	85	48	65	46
MK	47	85	39	61	42
<i>Coefficientes de variación</i>					
EA-18	16,8	9,6	22,6	22	17,5
EU-15	13,4	13,2	18,6	15,4	16,9
EU-28	26,9	14,7	30,4	24,6	28,6
All 37	33,7	17,5	36,4	25,9	36,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Eurostat

Se observa que siendo la base de la Europa de los 28 igual a 100, España es un 19% más barata en términos de servicios de transporte así como un 9% en lo correspondiente a restaurantes y hoteles. Por países y centrándonos en los principales emisores los servicios de transportes son un 48% más caros en Reino Unido, 34% en Alemania, 26% en Francia y como excepción Italia es un 4% más barata que España. En el caso del coste medio de restaurantes y hoteles, España es más barata que Reino Unido en un 9%, que Alemania en un 16%, que Francia en un 20%, ese mismo porcentaje alcanza Italia.

Por todo lo anterior, se puede concluir que el inferior coste del nivel de vida de España contribuye de forma esencial como un atractivo importante del país.

ANEXO 2

Tabla 10: Comparativa de la Balanza de Pagos y la Cuenta Satélite de Turismo

	Ingresos por turismo en la Balanza de Pagos	Cuenta Satélite de Turismo
<i>Tipo de viajero</i>		
Trabajadores fronterizos, estacionales y otros a corto plazo	Sí	No
Estudiantes y pacientes	Sí	Solo cursos o tratamientos de menos de un año
Diplomáticos, personal consular o militar (no local contratado) y personal a su cargo	No	No
<i>Tipo de bien</i>		
Transporte internacional hasta/desde el país de la visita	No	Sí
Transporte en el interior del país visitado	No	Sí
Objetos valiosos o de consumo duradero	Sí, si inferior al umbral declaraciones aduaneras	Solo si: -Adquirido durante el viaje -Con antelación pero con finalidad turística
Gratuitos o de producción propia (Ej.: alojamiento en vivienda propia)	Sí	No en gasto turístico pero sí en consumo turístico

Fuente: García y Álvarez de Pedro, 2013