



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

# **La estacionalidad turística en España: tendencias, impacto en el empleo, y líneas de acción**

Autor: Isabel Lantero Hernández  
Director: Gloria Martín Antón

MADRID | Marzo, 2024

## Índice

Resumen .....	3
Abstract .....	4
1. Introducción .....	5
1.1. Motivación y justificación .....	5
1.2. Estado de la cuestión .....	5
1.3. Objetivos .....	6
1.4. Metodología.....	6
2. Marco teórico .....	7
2.1. El turismo en España .....	7
a. Definición de turismo .....	7
b. Evolución del turismo en España.....	7
c. Clases de turismo.....	10
2.2. Importancia del turismo en la economía española: el empleo turístico .....	12
a. Importancia del turismo en la economía .....	12
b. Definición del empleo turístico.....	14
c. El empleo turístico en datos .....	14
2.3. Problemáticas del turismo en la economía española: la estacionalidad en el turismo..	15
a. Problemáticas del turismo en la economía .....	15
b. Definición de estacionalidad turística.....	16
c. La estacionalidad turística en datos.....	17
2.4. La estacionalidad en el turismo y el empleo turístico .....	17
a. ¿Por qué afecta la estacionalidad del turismo al empleo turístico en España? .....	17
b. Regulación vigente .....	19
3. Objetivos.....	20
4. Metodología .....	21
5. Resultados.....	22
5.1. Objetivo I. Tendencias de la estacionalidad turística en España.....	22
a. Causas de la estacionalidad turística.....	22
b. Evolución de la estacionalidad turística .....	24
c. Tendencias de estacionalidad por clases de turismo.....	25
d. Tendencias de estacionalidad por zona geográfica .....	28
5.2. Objetivo II. Consecuencias de la estacionalidad del empleo turístico en España .....	29
a. Desempleo estacional .....	29
b. Contratos temporales .....	30
c. Empleo parcial.....	31
d. Nivel de formación.....	33
e. Concentración geográfica.....	34
5.3. Objetivo III. Estrategias para mitigar el impacto de la estacionalidad en el empleo turístico español .....	35
a. Líneas estratégicas para frenar estacionalidad del empleo turístico .....	35
b. Casos de éxito.....	38
6. Conclusiones .....	40
7. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado.....	42
8. Bibliografía.....	43
9. Índice de tablas y figuras.....	48

## Resumen

El turismo es un pilar fundamental de la economía y de la sociedad española, generando un 9,3% del empleo total en 2023. Sin embargo, su carácter estacional tiene un impacto negativo en la calidad del empleo turístico español. Si bien existe un marco normativo que pretende solventar los problemas de la estacionalidad en el empleo, el margen de progreso es aún amplio.

La estacionalidad turística se caracteriza por tener flujos de oferta y demanda muy superiores en los meses de verano en comparación al resto del año, y surge ante la presencia de cuatro factores: las vacaciones escolares, las vacaciones laborales, las tradiciones de los viajeros, y la climatología del destino. Los datos históricos indican que el turismo internacional, costero, de ocio y del segmento joven, presenta una mayor estacionalidad que otras modalidades de turismo.

Las consecuencias de este fenómeno provocan una serie de problemas para los trabajadores del sector, entre los que se incluyen el desempleo estacional, la temporalidad en los contratos, una elevada tasa de empleos a tiempo parcial, y un mercado laboral de escasa formación.

Para solucionar estas cuestiones, se deberían implementar estrategias de segmentación, de colaboración sectorial, de formación, y de precios. En el desarrollo de estas políticas, la acción individual y colectiva, y la colaboración entre ambas, es un elemento clave. Ya se han llevado a la práctica distintos programas estratégicos a nivel nacional e internacional que han conseguido reducir la estacionalidad turística, demostrando así la eficacia que pueden llegar a tener este tipo de estrategias.

Palabras clave: turismo, estacionalidad, empleo, precariedad, temporalidad, desempleo.

## **Abstract**

Accounting for 9.3% of total employment in 2023, tourism is an important pillar of the Spanish economy and society. However, its seasonal nature has a negative impact on the quality of employment in the Spanish tourism industry. Although a regulatory framework is in place to address the problems of seasonality in employment, the scope for progress is still considerable.

Seasonal tourism is characterised by higher supply and demand flows in the summer months compared to the rest of the year, and arises in the presence of four elements: school holidays, working holidays, traveller traditions, and the climate of the destination. Historical data indicates that international, coastal, leisure, and youth tourism is more seasonal than other forms of tourism.

This phenomenon results in several problems for workers in the sector, including seasonal unemployment, temporary contracts, a high rate of part-time employment, and a low-skilled labour market.

To address these issues, segmentation, sectoral collaboration, training, and pricing strategies should be implemented. In developing these policies, individual and collective action, and collaboration between the two, are key elements. A number of strategic programmes have already been implemented at a national and international level that have succeeded in reducing tourism seasonality, thus demonstrating the effectiveness that these strategies can have.

**Key words:** tourism, seasonality, employment, precariousness, temporary employment, unemployment.

## 1. Introducción

### 1.1. Motivación y justificación

La importancia del turismo en la economía de España y su peso en el empleo es evidente. El sector turístico representó un 12,8% del PIB en 2023 (Instituto Nacional de Estadística, 2023; Banco Mundial, 2023) y una aportación al empleo total del 9,3% en 2022 (Instituto Nacional de Estadística, 2022), el 25% de los nuevos empleos creados en España están vinculados al turismo (La Moncloa, 2023) lo que demuestra la pujanza de este sector.

España es un país que cumple con todos los requisitos que favorecen la actividad turística: buen clima, una gran extensión de costas y playas y una gran diversidad geográfica que favorece las distintas ofertas tanto gastronómicas como culturales o de tradiciones. Desde hace unas décadas, la construcción de infraestructuras como carreteras, aeropuertos, o trenes de alta velocidad son una realidad imprescindible en la consolidación de España como destino turístico mundial. Su situación geopolítica transmite una estabilidad y una seguridad ciudadana muy apreciada por los visitantes.

El desafío del cambio climático, el cuestionamiento reciente de la globalización, los nuevos hábitos de trabajo, la oportunidad que supone el turismo de la tercera edad y las incertidumbres en las relaciones internacionales, entre otros, son motivos de inquietud, generando incertidumbre que puede afectar a un sector básico del que depende tanto la economía española. Uno de los retos que surgen es la estacionalidad del sector turístico y su impacto en el empleo. En agosto de 2021, casi un 40% de los contratos laborales eran temporales (Page, 2023), demostrando así la estacionalidad que sufren los empleos turísticos.

Por ello, surge la necesidad de analizar la estacionalidad turística, su impacto en el empleo del sector, y de proponer soluciones prácticas con el fin de abordar este desafío crucial. Este trabajo pretende aportar información actualizada y propuestas a los retos que nos plantea el panorama nacional e internacional actual creando líneas de acción directamente enfocadas a resolver cada uno de los retos que tiene la estacionalidad del empleo turístico.

### 1.2. Estado de la cuestión

Este trabajo aborda la problemática de la estacionalidad del empleo en el sector turístico. Para poder analizar este fenómeno, primero es importante entender de manera individual cada uno de los tres pilares sobre los que se sustenta: el turismo, el empleo turístico y la estacionalidad. Después, se podrán evaluar las estrechas relaciones entre esta terna de factores.

Se define el concepto de turismo como la actividad social, cultural y económica por la que las personas se desplazan fuera de su entorno habitual por motivos de ocio, personales o profesionales (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, 2023). Aunque sus orígenes se pueden remontar a la época romana (García, 2024), el turismo se empieza a considerar factor económico en los años 60 del pasado siglo, en la época del Desarrollismo (Táboas, 2022). Éste sigue aumentando de un modo imparable con la globalización de las últimas décadas cuyo crecimiento únicamente se ha visto frenado a causa de la pandemia mundial del Covid-19, aunque después de esta inflexión, su progresión ha continuado (CaixaBank Research, 2024). En el marco de este estudio, existen tres dimensiones para clasificar el turismo: según el origen del turista (doméstico o internacional), según el destino del turista (rural, urbano o costero), y según el motivo principal del viaje (ocio, visita a

familiares o amigos, o profesional).

El turismo es un pilar fundamental de la economía y de la sociedad española, es una fuente generadora de empleo, contribuye al desarrollo de distintas regiones y sectores, y presenta una balanza comercial extremadamente positiva (Exceltur, 2023; Servicio Público de Empleo Estatal, 2023). Entre sus numerosas ventajas, destaca la enorme capacidad empleadora del sector, mostrando un crecimiento interanual superior al de la media de la economía (CaixaBank Research, 2019).

Sin embargo, el turismo también genera ciertas consecuencias de carácter negativo, como son la gentrificación, la excesiva presión sobre el medio ambiente y sobre las infraestructuras, y la estacionalidad (Montero, 2023; Núñez Meroño, 2023). El concepto de estacionalidad se define como la diferencia de intensidad en la actividad turística en función de las distintas épocas del año, provocando unos desequilibrios de demanda y oferta en el empleo turístico (López-Bonilla y López-Bonilla, 2006; Moore 1989; Montes O'keefe, 2017).

Una vez se han aclarado los tres aspectos sobre los que se basa este trabajo, se puede proceder a investigar sus interconexiones. La estacionalidad turística incide de una forma muy directa e intensa en la gestión laboral de las empresas y en los tipos de contrato de los trabajadores. Aunque existen leyes vigentes que pretenden abordar las especificaciones derivadas de dicha estacionalidad, es evidente que aún supone un reto para España, y que se requiere la implementación de nuevas y mejores prácticas para que el turismo español sea sostenible a largo plazo.

### 1.3. Objetivos

Establecido el contexto en el que se enmarca el trabajo, se examinarán en detalle las relaciones entre el turismo, el empleo y la estacionalidad. El objetivo principal de este estudio es, mediante un análisis de las tendencias de la estacionalidad turística en España, identificar las consecuencias negativas en los puestos de trabajo españoles, y establecer líneas estratégicas para mitigar el problema de la estacionalidad del empleo turístico. Para ello, se trabajará en búsqueda del cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Objetivo I: Analizar las tendencias de la estacionalidad del turismo en España.
- Objetivo II: Evaluar el impacto de las tendencias de estacionalidad del turismo en el empleo turístico español.
- Objetivo III: Proponer estrategias para mitigar las consecuencias negativas de la estacionalidad turística en el empleo.

### 1.4. Metodología

El estudio implementará un enfoque cuantitativo, utilizando datos históricos y actuales de fuentes públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales. Cada objetivo se desarrollará usando nuevos datos y aproximaciones distintas: el primero empleará un enfoque deductivo, el segundo adoptará uno inductivo, y el tercero será una combinación de ambos. Aunque los resultados de cada objetivo estén avalados por datos empíricos y objetivos, es importante mencionar que las conclusiones e ideas obtenidas serán de carácter personal, y por tanto novedosas, aportando así adicionalidad al estado de la cuestión.

## **2. Marco teórico**

Antes de abordar los objetivos principales de este trabajo, es esencial definir y contextualizar los tres elementos clave sobre los que se enfoca: el turismo, la estacionalidad y el empleo turístico. Este apartado consistirá en una revisión de las definiciones básicas y contextualizará la situación actual en España con respecto a cada una de estas tres variables. No obstante, no se explorará la interrelación entre estos elementos hasta el último punto de este apartado, que explica por qué la estacionalidad turística tiene un impacto tan notable en el empleo. Más adelante, en el desarrollo de los tres objetivos, se explicará en detalle cómo estos tres pilares se conectan: cómo las tendencias estacionales del turismo (objetivo I) inciden en el empleo turístico (objetivo II), y las posibles soluciones para mitigar su impacto negativo (objetivo III).

### **2.1. El turismo en España**

#### **a. Definición de turismo**

El turismo es uno de los principales motores económicos a nivel internacional y, particularmente en España, es uno de los sectores que más riqueza aporta a nuestra economía. Antes de comenzar a analizar con detalle la importancia del turismo y la estacionalidad de este sector en nuestro país, es primordial definir lo que se considera turismo. Para la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (2023), el turismo es “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales supone un gasto turístico”.

#### **b. Evolución del turismo en España**

La práctica de viajar por placer o negocios se lleva desarrollando desde hace muchos años. En el siglo I d.C. los romanos se trasladaban a otros lugares por ocio, aunque en ningún caso esto constituyó una industria tal y como hoy la entendemos. Grecia era uno de los destinos preferidos por los nobles y patricios romanos para sus vacaciones; allí seguían las huellas del héroe mitológico griego Ulises o las de los filósofos a los que tanto admiraban (García, 2024). Asimismo, existían villas de descanso, como “Spelunca” (Fischer, 2022), situada en la costa oeste de Italia, o “Laurentum”, situada entre Ostia y Lavinium (Jiménez, 2023)

El turismo como sector económico comienza a partir de la Revolución Industrial. En este momento, se dan una serie de condiciones sociales y económicas que lo que hacen es satisfacer la creciente demanda de clientes que buscan descanso, ocio o negocios. Es en 1841 cuando Thomas Cook (Polat y Arslan, 2019) planifica lo que se considera el primer viaje organizado de la historia y a partir de entonces, se comienzan a promover paquetes completos de viajes. A lo largo del siglo XIX se crean modernas vías de comunicación y se mejoran las infraestructuras: medios de transporte, carreteras y hoteles.

En cuanto a España, su desarrollo es un poco tardío respecto a Europa. Es a finales del siglo XIX cuando se comienza con un turismo de salud y bienestar para la clase alta o la aristocracia con estancias en balnearios como Panticosa o en las playas de Santander o San Sebastián.

Ya entrado el siglo XX, la Segunda Guerra Mundial en Europa y la Guerra Civil en España, supusieron la desaparición total del turismo. Una vez que llegó la recuperación económica, surgió la sociedad del bienestar y una nueva clase media acomodada con interés por conocer nuevos lugares y otras culturas. Las mejoras en los medios de transporte, la legislación laboral y la aparición de las vacaciones pagadas ayudaron a potenciar el desarrollo del turismo.

En cuanto a España, desde el Desarrollismo en los años 60 (Táboas, 2022), el turismo de sol y playa ha ido en constante aumento debido a varios factores: clima, proximidad geográfica de otros países europeos, gastronomía y seguridad ciudadana. Además, en las últimas décadas, la globalización ha facilitado el movimiento de personas entre fronteras y la entrada en España de turistas extranjeros, convirtiendo este sector en uno de los principales motores de la economía.

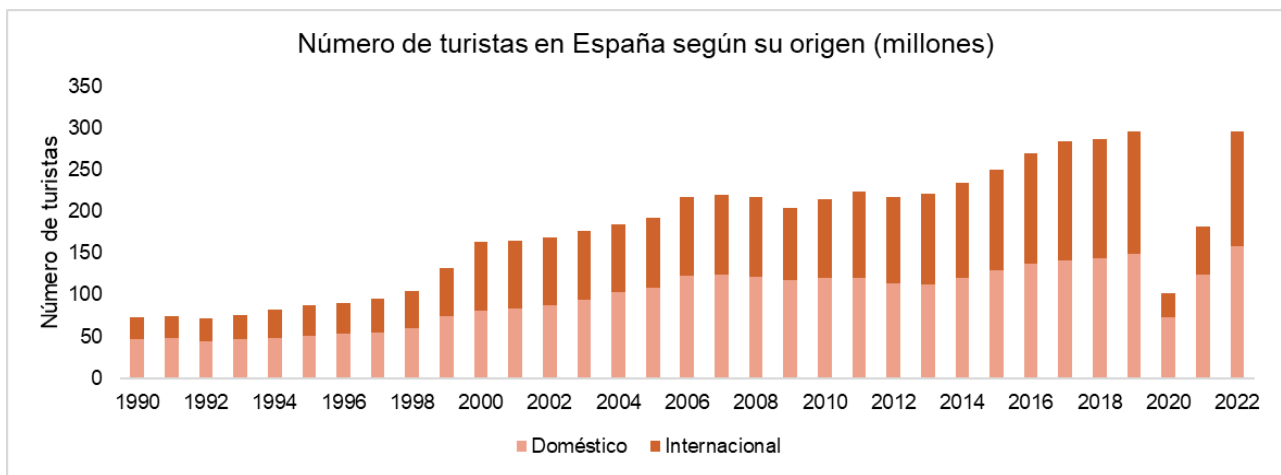


Gráfico 1: Número de turistas en España según su origen  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Eurostat (2022)

En 2020, la llegada del Covid-19, supuso la implantación de medidas restrictivas contra la movilidad para frenar los contagios. El turismo fue uno de los sectores más afectados de la economía española produciendo una fuerte contracción del PIB turístico en comparación con el resto de los sectores económicos. Por otro lado, debido a la aprobación de los ERTE (Expediente de Regulación Temporal de Empleo) los afectados contabilizaron como trabajadores en activo, por lo que el impacto en el empleo turístico se pudo mitigar en cierta medida (Núñez Meroño, 2023)

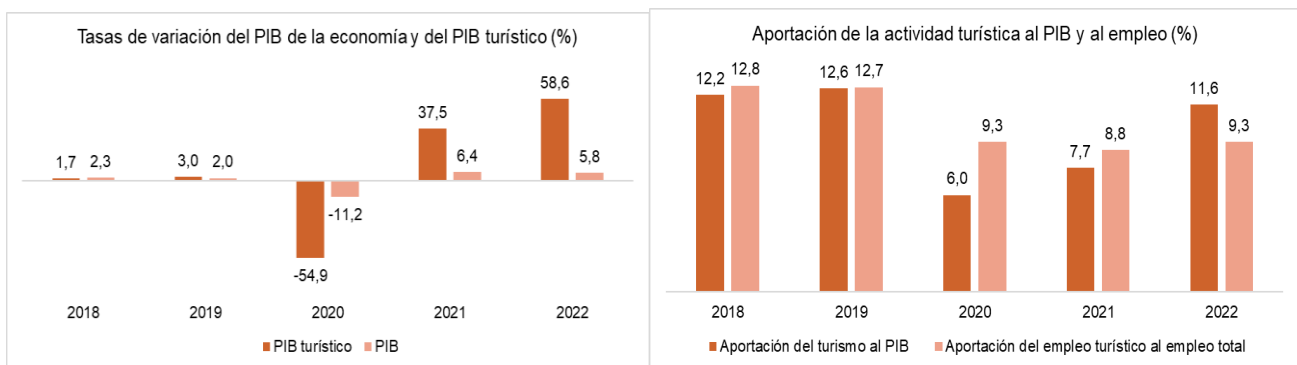


Gráfico 2: Impacto del Covid-19 en el PIB y en el empleo en España  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2022)



Una vez salvado el importante parón producido por la pandemia en el sector turístico, España no sólo se ha recuperado plenamente, si no que sigue creciendo a un ritmo muy importante ya que ha sido el segundo destino en superar el número de turistas internacionales pre-COVID. En 2023, España recibió 85 millones de turistas internacionales, 2 millones más que en 2019 y ha pasado a ser el primer destino turístico del mundo en 2023 superando a Francia en llegadas por primera vez en la historia (CaixaBank Research, 2024).

A corto plazo, el panorama del turismo en España se caracteriza por tres elementos esenciales: la recuperación del sector tras la pandemia, la estabilidad geopolítica del país frente a otros destinos competidores, y el crecimiento de la renta disponible en los hogares, tanto en España como en los países de los principales turistas extranjeros (Reino Unido, Francia y Alemania).

Aun así, el crecimiento económico se normalizará a medida que se complete la recuperación del COVID-19, proyectando un aumento del 2,5% en el PIB para el año 2024, en comparación con el notable incremento del 6,9% experimentado en 2023 (CaixaBank Research, 2024).

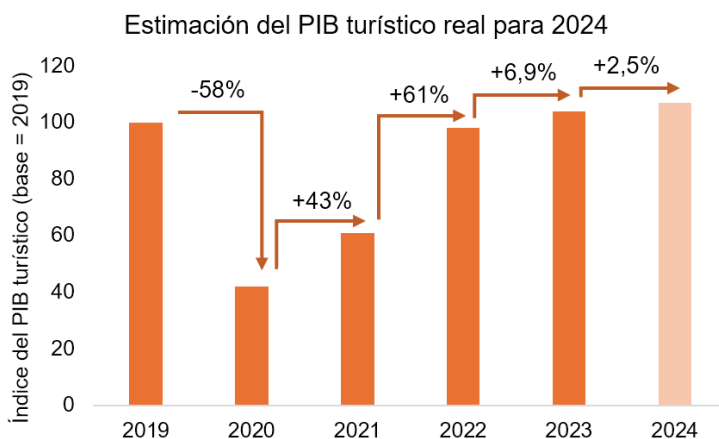


Gráfico 3: Estimación del PIB turístico real para 2024

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2024)

Sin embargo, existen retos que podrían obstaculizar el cumplimiento de estos factores. Entre ellos se encuentran la perspectiva de una recesión económica y el débil crecimiento de la Eurozona. Además, la posición competitiva de España en el ámbito turístico podría verse comprometida debido a la creciente inflación, lo que podría llevar a los consumidores a reducir sus viajes o a optar por destinos más económicos, como Egipto, Turquía o Grecia (CaixaBank Research, 2024).

Por último, el cambio climático supone una amenaza en determinadas áreas especialmente afectadas como es el caso de la cuenca Mediterránea (Caballero, et al., 2023) donde el aumento de las temperaturas puede provocar fenómenos extremos como restricciones de agua, incendios y puntuales inundaciones (Woetzel, et al, 2020). De hecho, una encuesta realizada en 2022 indicó que, en cuanto al turismo británico, un 65% de los mismos, opinaba que el aumento de la temperatura en España será muy elevada para visitarla en 2027 (Elton, 2022). No solo se trata de una amenaza futura, el 87% de los consumidores confirma que la sostenibilidad a la hora de viajar es un factor importante a tener en cuenta (Caballero, et al., 2023).

### c. Clases de turismo

Distintos autores proponen diferentes clasificaciones para agrupar las diversas modalidades de turismo (González y Mendoza, 2014; Ponferrada, 2015; Pulgarín, 2011, CaixaBank Research, 2023a). Tras llevar a cabo una revisión bibliográfica en este ámbito, este trabajo ha desarrollado un marco estandarizado para categorizar los tipos de turismo, lo que facilitará el análisis de la estacionalización que se realizará posteriormente. Se exponen tres dimensiones para clasificar las clases de turismo: según el origen del turista, según el destino del turista, y según el motivo principal del viaje.

- Clasificación según el origen del turista: doméstico e internacional

El turismo doméstico es el acto de viajar dentro del propio país de residencia siempre y cuando exista al menos una pernoctación. En España, el gasto de turistas domésticos supone el 26% del gasto total. En cuanto a las Comunidades donde el turista doméstico realiza un gasto diario más elevado son Islas Baleares, Madrid e Islas Canarias. En el otro extremo se encuentran Castilla y León y Castilla-La Mancha (Campos y Catalán, 2019)

El turismo internacional consiste en visitar lugares fuera del propio país de residencia. Con respecto a España, al turismo internacional se le atribuye el 74% del gasto turístico total, siendo sus principales contribuyentes las personas procedentes de Reino Unido (20,37%), Francia (13,89%) y Alemania (12,70%) (Expansión, 2023).

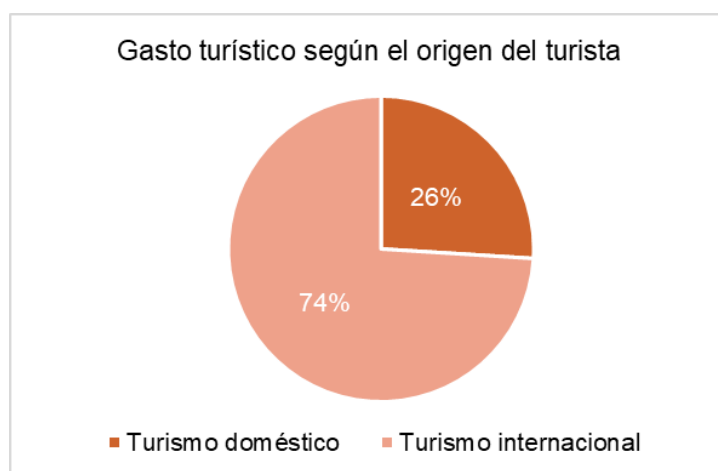


Gráfico 4: Gasto turístico según el origen del turista

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2023a)

- Clasificación según el destino del turista: rural, urbano y costero

El turismo rural tiene lugar en ámbitos no urbanos, con formas de vida tradicionales y en lugares de baja intensidad demográfica dedicados a la producción de bienes primarios. En ella, el visitante entra en contacto con el entorno natural, la agricultura, la ganadería, las formas de vida rurales y las actividades relacionadas con este medio (Almonte y García, 2016; Organización Mundial del Turismo, 2022). En España, gracias a la riqueza de su patrimonio geográfico, cultural y etnográfico existe una amplia variedad de tradiciones tanto agrícolas como culturales. En cuanto al gasto turístico rural, representa el 12% del turismo español, siendo el 73% aportado por turistas domésticos (CaixaBank Research, 2023a).

El turismo urbano tiene lugar en núcleos urbanizados, cuya economía suele apoyarse en la administración, el comercio y los servicios. Ofrece una amplia variedad de actividades, incluyendo oportunidades culturales, sociales, tecnológicas o de negocio. En España, las ciudades más visitadas son Barcelona, Madrid, Benidorm y Palma de Mallorca (Instituto Nacional de Estadística, 2023).

Por último, el turismo costero consiste en la visita a lugares situados en el litoral con tiempo soleado y temperaturas cálidas. Con respecto a España, el objetivo de este tipo de turismo es gozar del clima y de las playas y disfrutar a la vez de la variada oferta gastronómica y de ocio (Valiente, et al., 2016). Es la clase de turismo más popular en España.

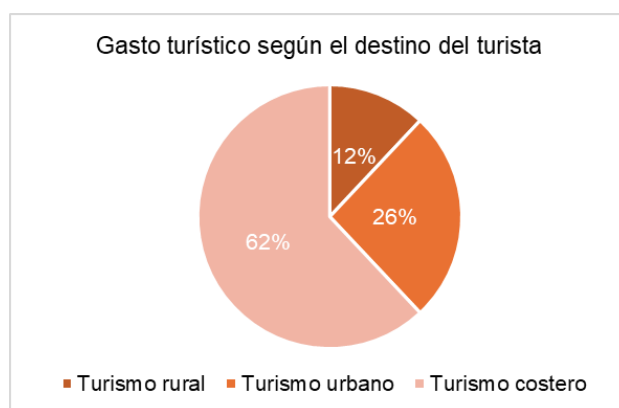


Gráfico 5: Gasto turístico según el destino el turista

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2023a)

- Clasificación según el motivo principal del viaje: ocio, visitas a familiares y amigos, y motivos profesionales

El turismo de ocio se refiere a los desplazamientos que se realizan voluntariamente con el fin de disfrutar y visitar lugares de interés turístico durante periodos de tiempo libre, participando en actividades lúdicas y recreativas. Algunas de las actividades incluyen visitas a enclaves naturales o culturales, ciudades, eventos deportivos, o viajes gastronómicos. Este tipo de viajes representaron el 55% del gasto turístico español (Instituto Nacional de Estadística, 2023).

En segundo lugar, las visitas de familiares y amigos, que suponen el 36 % del gasto turístico, se realizan para asistir a reuniones y eventos familiares o de amigos, como bodas, bautizos, o aniversarios. Cuando se realizan para cuidar provisionalmente a menores o mayores, se consideran viajes familiares siempre que no estén remunerados (Instituto Nacional de Estadística, 2023).

Por último, el turismo por motivos profesionales hace referencia a los viajes realizados alejados del lugar de trabajo o residencia habituales, y en los que se llevan a cabo labores relacionadas con el trabajo o con asuntos de negocios, como la asistencia a ferias, reuniones o congresos. Una de las ventajas de esta tipología de turismo es que los individuos que realizan estos viajes tienen una capacidad de gasto 10 puntos porcentuales superiores a la media del sector turístico español (Feliu Fuster, 2020).

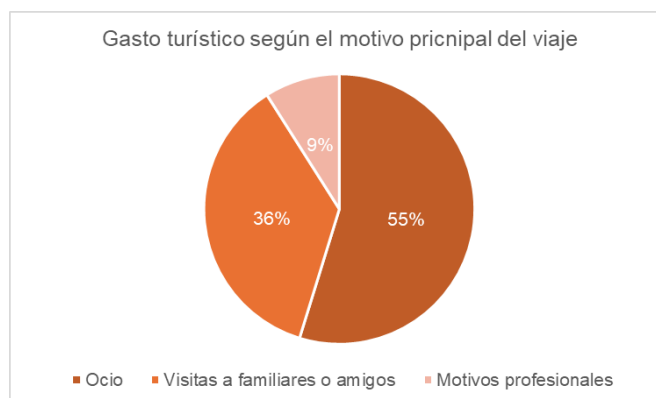


Gráfico 6: Gasto turístico según el destino el turista  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

## 2.2. Importancia del turismo en la economía española: el empleo turístico

### a. Importancia del turismo en la economía

El turismo es un pilar básico de la economía y de la sociedad española. Para demostrar su relevancia, a continuación, se detallan algunos aspectos sobre su papel fundamental (Núñez Meroño, 2023):

- Aportación al PIB (Exceltur, 2023): En 2023 el turismo generó 186.596 millones de euros, aportando el 12,8% al PIB, el mayor valor desde que hay registros. Este aumento de la actividad en el sector turístico se debe principalmente a la mejora de los ingresos salariales, la preferencia de los consumidores por las experiencias de viaje sobre el consumo de bienes duraderos y un fuerte retorno en el sector de viajes de trabajo y congresos.

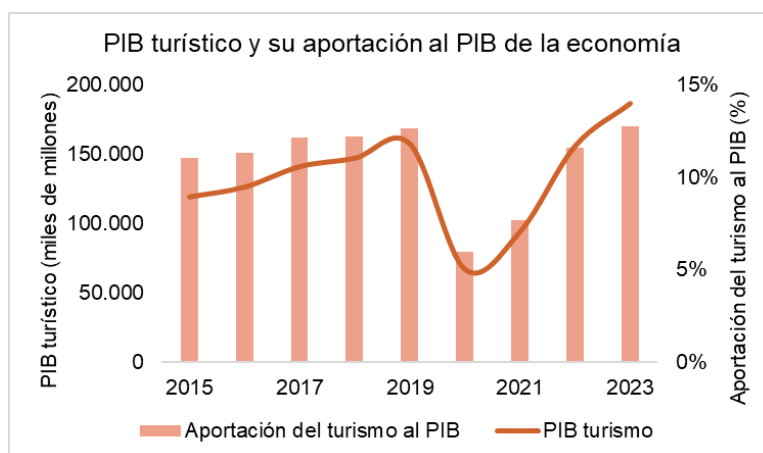


Gráfico 7: PIB turístico y su aportación al PIB de la economía  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023) y del Banco Mundial (2023)

- Generación de empleo: En 2022, el sector generó 1,95 millones de puestos de trabajo, un 9.3% del empleo total. La pandemia supuso una bajada radical de 1 millón de trabajadores (sin tener en cuenta los que estaban en ERTE), aunque el turismo continúa siendo un pilar fundamental del empleo. Más adelante se definirá y se caracterizará el empleo turístico español para poder proceder con los objetivos principales de este trabajo.

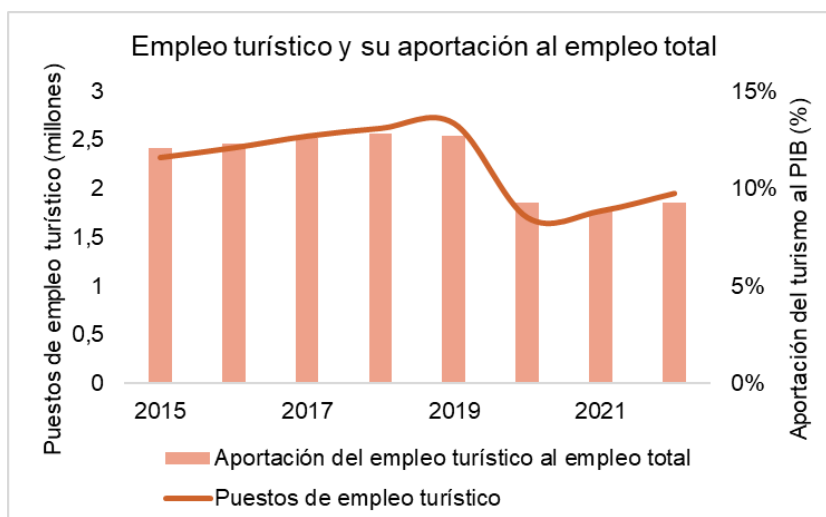


Gráfico 8: Empleo turístico y su aportación al empleo total

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2022)

- **Desarrollo e impulso económico a otros sectores:** El turismo impulsa el crecimiento de otros sectores relacionados tales como el comercio, los hoteles, el transporte, o las actividades culturales. El turismo es uno de los principales motores del crecimiento de España ya que supuso el 70,8% del crecimiento real del PIB español total en 2023 en comparación a 2022, según los cálculos de Exceltur (2023).
- **Desarrollo regional:** Es un factor principal en la economía de muchas regiones y tiene un fuerte impacto en el desarrollo regional y en la creación de empleo en las áreas implicadas. Por ejemplo, el 45% del PIB y más de un tercio de los puestos de trabajo en las Islas Baleares se atribuyen al turismo. Un caso similar sucede en las Islas Canarias, donde el PIB turístico representa el 35% de la economía y un 40% de los puestos de trabajo son empleos turísticos (Servicio Público de Empleo Estatal, 2023).
- **Exportación de servicios:** La balanza comercial con el resto de los países es claramente positiva. El gasto de los españoles en el extranjero es inferior al gasto de los extranjeros en España.

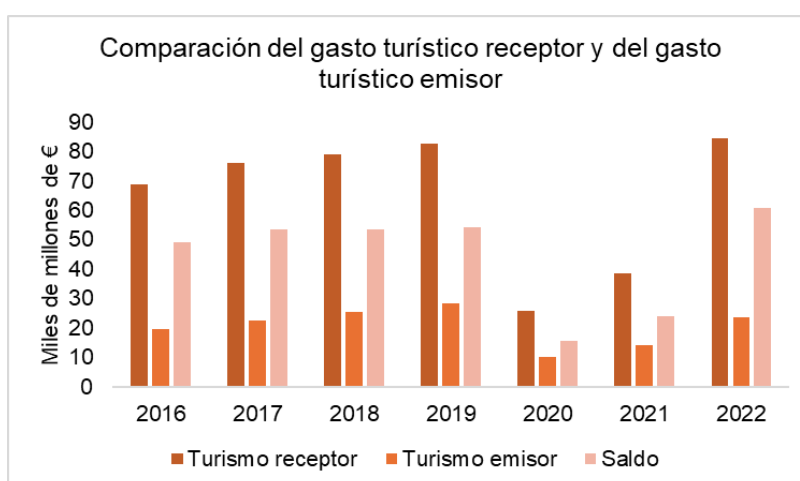


Gráfico 9: Comparación del gasto turístico emisor y del gasto turístico receptor

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2022)

## b. Definición del empleo turístico

El empleo turístico se refiere a los puestos de trabajo relacionados con la industria del turismo. Dichos empleos pueden estar directa o indirectamente conectados con el sector turístico. Según el SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal, 2023), el empleo turístico es aquel relacionado con las siguientes actividades:

Sector	CNAE	Actividad
Alojamiento	55	Servicios de alojamiento
Restauración	56	Servicios de comidas y bebidas
Agencias de viaje	79	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y relacionadas
Transporte	49	Transporte terrestre
	50	Transporte marítimo y por vías navegables interiores
	5	Transporte aéreo
Inmobiliaria y alquileres	68	Actividades inmobiliarias
	77	Actividades de alquiler
Ocio	90	Actividades de creación, artísticas y espectáculos
	91	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades
	92	Actividades de juegos de azar y apuestas
	93	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento

Tabla 1: Sectores que abarca el empleo turístico

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal (2023)

## c. El empleo turístico en datos

El empleo turístico contaba con unas 3.028.000 personas ocupadas en el tercer trimestre de 2022. El 58% eran hombres y el 42% mujeres. Cabe destacar que el 83% de los empleados del sector del transporte eran hombres. La mayoría de los trabajadores se dedicaban a los negocios de la restauración (40%), el transporte (24%) y el alojamiento (13%). Por otro lado, el 10% de los afiliados al sector turístico se encontraban en el paro (Servicio Público de Empleo Estatal, 2023).

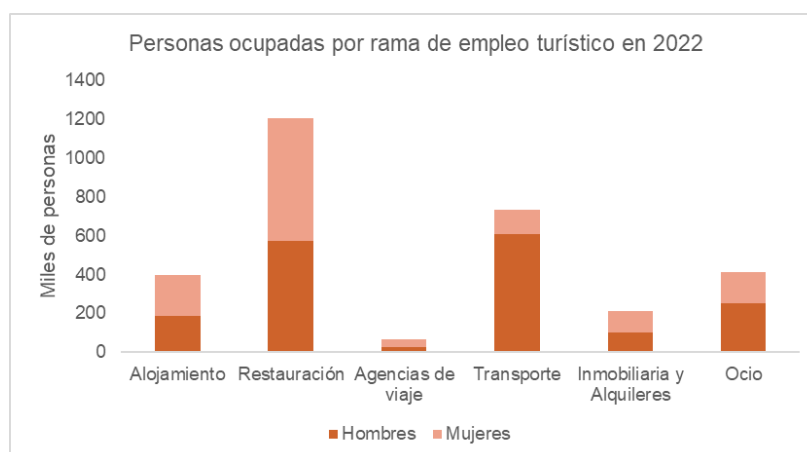


Gráfico 10: Personas ocupadas por rama de empleo turístico en 2022

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio Público de Empleo Estatal (2023)

El empleo tiene un papel fundamental en el crecimiento de España. De hecho, como se muestra en el siguiente gráfico, el empleo del sector turístico muestra un crecimiento interanual superior al del total de la economía. Por lo tanto, es crucial analizar las variables que afectan a la cantidad de trabajadores del sector turístico y la calidad de su empleo. Como se verá en este trabajo, la estacionalidad del turismo es una variable que afecta muy significativamente al empleo, justificando así la necesidad de analizar cuál es ese impacto y cómo combatir sus aspectos negativos.

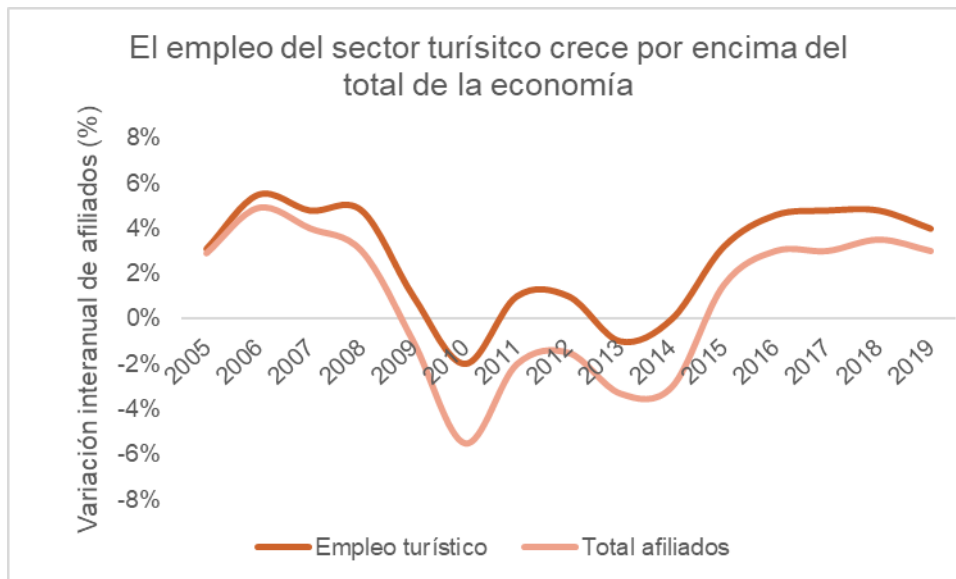


Gráfico 11: Comparación del crecimiento del empleo turístico frente al crecimiento de la economía  
Fuente: CaixaBank Research (2019)

### 2.3. Problemáticas del turismo en la economía española: la estacionalidad en el turismo

#### a. Problemáticas del turismo en la economía

Los efectos positivos del turismo en la economía se ven minimizados por una serie de factores a tener en cuenta (Núñez Meroño, 2023):

- **Gentrificación:** La transformación de las áreas urbanas degradadas con el objetivo de apoyar la presencia turística tiene como consecuencia un aumento de precios y por consiguiente, un desplazamiento de la población que había en origen hacia otras zonas. Esto conlleva una pérdida de autenticidad y de identidad local.
- **Medioambiente:** La presión ejercida sobre los recursos naturales, la excesiva presión urbanística, así como la generación de residuos provocada, acarrearán una mayor contaminación y degradación de los distintos ecosistemas. El 8% de los gases de efecto invernadero del mundo provienen del turismo (Montero, 2023)
- **Presión sobre las infraestructuras:** El uso intensivo de las infraestructuras muchas veces impulsado por el turismo de masas implica la sobreexplotación de recursos naturales, que no solo daña al medioambiente, sino que además tiene efectos nocivos en la población autóctona, pudiendo causar una corriente de rechazo en contra del turista.
- **Estacionalidad:** Los picos y valles en el sector turístico suelen estar muy marcados por regiones y épocas del año. Las diferencias en contrataciones y actividad económica provocan un desequilibrio y una inestabilidad difícil de gestionar en el sector (Instituto Nacional de Estadística, 2023). A continuación, se definirá este concepto con el fin de clarificar cualquier duda que pueda surgir antes de proceder con los objetivos de este trabajo para poder entender como la estacionalidad turística afecta al empleo.

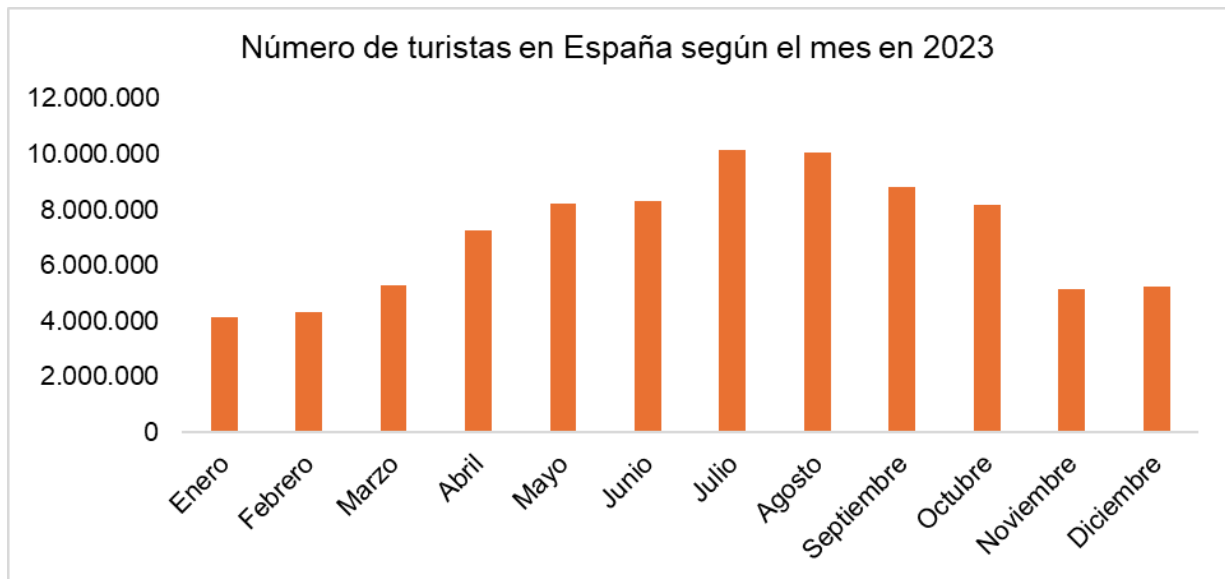


Gráfico 12: Número de turistas en España según mes del año

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

#### b. Definición de estacionalidad turística

El término de estacionalidad tiene sus orígenes en los años 70 del pasado siglo con la consolidación del sector turístico como motor económico. Se entiende por tal, la diferencia de intensidad en la actividad turística en función de las distintas épocas del año, provocando unos desequilibrios de demanda y oferta estacionales que conllevan una serie de problemas (López-Bonilla y López-Bonilla, 2006; Moore 1989; Montes O'keefe, 2017).

En definitiva, en el sector turístico es difícil encontrar niveles uniformes y estables de demanda y oferta, puesto que se caracteriza por presentar largos periodos de temporada baja, y períodos cortos de temporada alta que provocan la masificación del destino turístico (López-Bonilla y López-Bonilla, 2007)

Según Ramón y Abellán (2014), existen cuatro causas principales que determinan la estacionalidad: vacaciones escolares, vacaciones laborales, las tradiciones de los viajeros, y la climatología del país visitado. Son estos factores los que provocarán una elevada afluencia turística en ciertos momentos del año.

Si bien es cierto que la estacionalidad turística permite a la comunidad local que los elevados ingresos generados en temporada alta sirvan para sufragar los gastos de la temporada baja, la concentración de la demanda turística en ciertas épocas del año también puede provocar efectos negativos. A nivel laboral, provoca una mayor precarización y temporalidad en los empleos; será en esta característica de la estacionalidad en la que se centre este trabajo. Además, se observa una sobreexplotación de recursos y un deterioro de los ecosistemas, construyendo infraestructuras para las temporadas altas que en ocasiones quedan prácticamente inutilizadas el resto del año. Por último, cultural y socialmente, la llegada de turistas de manera concentrada puede llegar a alterar el estilo de vida de las personas locales (Corluka, 2019; Ostelea Tourism Management School, 2022)



### c. La estacionalidad turística en datos

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la estacionalidad turística tiene lugar principalmente en el periodo estival, es decir, desde junio hasta septiembre, alcanzando un pico en agosto. La tasa de ocupación hotelera en agosto era de 75%, frente al 46% que se observó en enero. Además, el número de viajeros en agosto de 2023 fue un 135% superior al que se registró en enero.

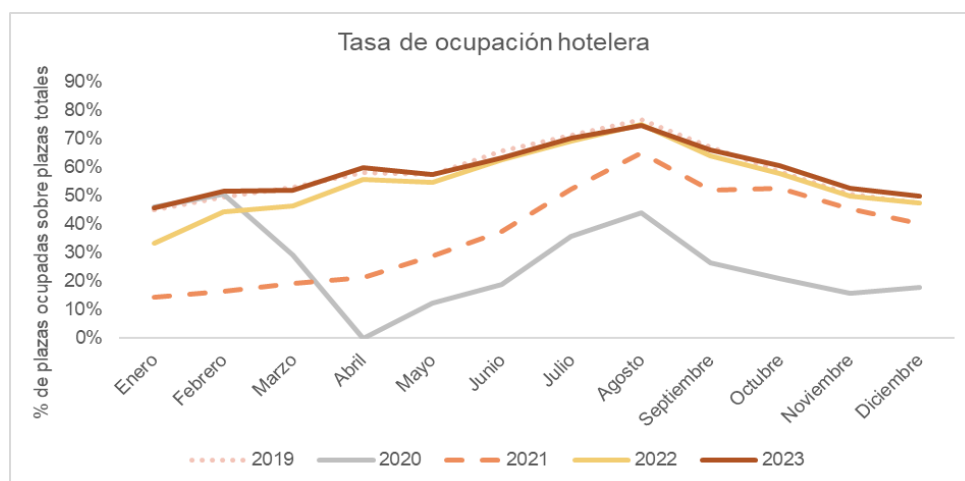


Gráfico 13: Tasa de ocupación hotelera según mes del año

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

Volviendo atrás, se demuestra como las causas de la estacionalidad presentadas por Ramón y Abellán (2014) se cumplen en España: durante la época de verano se producen las vacaciones escolares, la mayoría de vacaciones laborales, y las temperaturas en España alcanzan niveles máximos, perfectas para el turismo costero, el más popular de España.

#### 2.4. La estacionalidad en el turismo y el empleo turístico

##### a. ¿Por qué afecta la estacionalidad del turismo al empleo turístico en España?

Hasta este punto, se ha introducido el concepto de empleo turístico, por un lado, y el término de estacionalidad turística, por otro lado. En esta sección se introducirá por primera vez en el trabajo la relación entre ambas nociones. Se ha realizado una revisión de la importancia del turismo en España atendiendo a diferentes factores, entre ellos el empleo, y también se han detallado los problemas ligados al turismo que en ocasiones obstaculizan los efectos positivos del mismo, entre ellos la estacionalidad. De todos los factores afectados por el turismo, positivos y negativos, este trabajo se centra en el empleo (como impacto positivo) y en la estacionalidad (como obstáculo para el cumplimiento de ese impacto) por su relevancia en la economía española y su intensa conexión.

En este punto, cabe preguntarse el porqué de dicha conexión tan relevante: ¿Por qué afecta la estacionalidad del turismo al empleo turístico en España? Se han identificado dos causas principales:

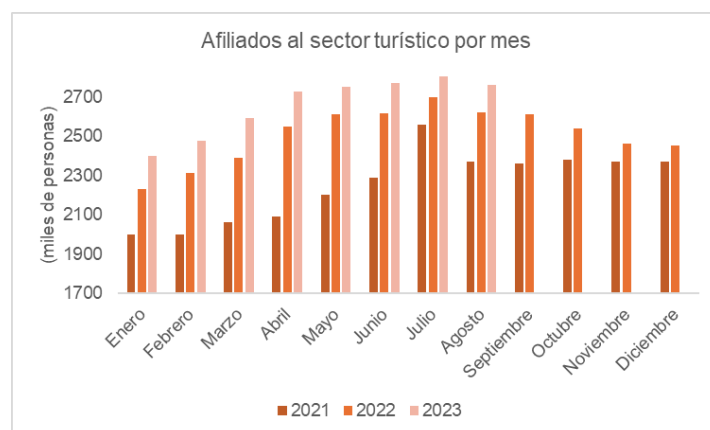
- La primera razón explica la existencia de una relación directa entre la estacionalidad y el empleo: la contratación depende de la demanda de los productos y servicios de las empresas, y la demanda depende de los patrones estacionales del turismo (Servicio Público de Empleo Estatal, 2023)

- La segunda razón revela la intensidad de dicha conexión: el principal gasto de las empresas del sector turístico no son las materias primas ni los bienes intermedios, sino los costes laborales. De media, en 2019, los gastos salariales y laborales de las compañías del sector representaron el 29% de los ingresos (CaixaBank Research, 2023b). Por lo tanto, en épocas de temporada baja, las empresas de la industria turística tienden a recortar gastos en aquellas áreas que les hacen perder más dinero cuando la demanda no es demasiado alta, en este caso los empleados. Es decir, debido al peso del gasto laboral en comparación a otros gastos, los primeros en sufrir cambios durante las temporadas bajas de turismo suelen ser los empleados. Además, en el contexto inflacionario actual, el sector corre el riesgo de que se suban los salarios en exceso, como lo llevan haciendo desde junio de 2020.



**Gráfico 14: Variación interanual de salarios en el sector turísticos**  
 Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2023b)

Como se ha visto, la contratación varía en función de la demanda estacional del turismo y el coste del personal. Esto provoca la temporalidad de los contratos laborales, que a su vez dificulta la captación de los trabajadores mejor formados y genera una mayor precarización (Servicio Público de Empleo Estatal, 2023).



**Gráfico 15: Afiliados al sector turístico por mes**  
 Fuente: Elaboración propia a partir de datos de TURESPAÑA (2023)

Esta conexión intensa entre la estacionalidad turística y el empleo justifica la necesidad de analizar cuál es el impacto que sufren los empleados ante las actuales tendencias de estacionalización y cómo remediarlo.

## **b. Regulación vigente**

La estacionalidad del empleo turístico motiva una legislación laboral específica que intenta contemplar las características e implicaciones propias de la estacionalidad con el fin de garantizar una mayor estabilidad laboral de las partes implicadas. Las dos principales herramientas en este sentido son los contratos temporales y la contratación fija discontinua (Real Decreto Ley 32/2021 del 30 de diciembre). “Un contrato fijo discontinuo es una modalidad del contrato indefinido que se caracteriza porque la prestación del trabajo es discontinua en el tiempo, con períodos de actividad y otros de inactividad, pero sin romper el vínculo laboral con la empresa” (Banco Santander, 2023).

La evolución del mercado laboral turístico hacia modelos de contrataciones indefinidas obedece a la voluntad del legislador de intentar desestacionalizar las relaciones laborales y favorecer un marco estable entre las partes. Sin embargo, como se verá en el desarrollo de este trabajo, la estacionalidad del empleo turístico sigue siendo un desafío de gran relevancia, lo que pone de manifiesto que aún existe un amplio margen de mejora en el ámbito de la regulación laboral.

### 3. Objetivos

El análisis teórico ha evidenciado la existencia de la estacionalidad turística y ha identificado las causas de su significativo impacto sobre el empleo. Pero ¿cuál es ese impacto y cómo se puede remediar? Para conocer la respuesta, se examinará cómo diversas tendencias estacionales influyen en el empleo turístico, así como las posibles estrategias para mitigar los efectos negativos de la estacionalidad en los puestos de trabajo del sector turístico. Para poder realizar dicho análisis, el trabajo investigará los siguientes objetivos:

- Objetivo I: analizar las tendencias de la estacionalidad laboral en España a causa del turismo

Para ello, se estudiarán las principales causas de la estacionalización y se examinará en qué circunstancias este fenómeno tiene una mayor presencia. Además, se identificarán las zonas geográficas españolas que más sufren esta característica del turismo.

- Objetivo II: evaluar las consecuencias de la estacionalidad del turismo en el empleo en España

Para alcanzar este propósito, se estudiará cómo los principales indicadores de la calidad del empleo se ven afectados a causa de la estacionalidad. Se observará que este fenómeno no solo afecta al número de personas desempleadas las temporadas bajas, sino que también afecta a la calidad del empleo de las personas ocupadas.

- Objetivo III: proponer estrategias para mitigar las consecuencias negativas de la estacionalidad del empleo turístico en España.

Una vez se hayan identificado las tendencias actuales de la estacionalidad turística y cómo éstas afectan el empleo, se recomendarán líneas de acción que servirán como un marco estratégico a la hora de implementar políticas que aboguen por una menor precarización del empleo turístico. Por último, se expondrán casos de éxito a nivel internacional y nacional para demostrar la eficacia de este tipo de iniciativas.

#### 4. Metodología

La investigación adoptará un enfoque cuantitativo, empleando datos históricos y actuales de fuentes oficiales nacionales e internacionales, como el Instituto Nacional de Estadística (INE), Eurostat, Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), Ministerio de Industria y Turismo, etc.

También se emplearán datos de investigaciones previas realizadas por entidades privadas, como CaixaBank Research o Banco Santander, para el cumplimiento de cada objetivo. Sin embargo, cada objetivo se desarrollará utilizando nuevos datos y aproximaciones distintas.

La metodología a emplear para la consecución de cada objetivo será la siguiente:

- Para el cumplimiento del primer objetivo, el enfoque metodológico será deductivo y cuantitativo. Se partirá de la teoría de que existe una estacionalidad en el sector turístico y se buscará confirmar esta teoría con datos, utilizando fuentes oficiales y privadas para analizar las tendencias de la estacionalidad del turismo en España.
- La investigación del segundo objetivo tendrá un enfoque inductivo y cuantitativo. En base a los datos observados en el objetivo anterior, en investigaciones previas y en fuentes oficiales, buscarán tendencias y se analizarán patrones, para así poder identificar el impacto de la estacionalidad del turismo en el empleo turístico español.
- Por último, el tercer objetivo también tendrá una aproximación inductiva y cuantitativa. Se partirá de los datos y de las conclusiones derivadas de los objetivos anteriores, para llegar a las prácticas óptimas que puedan mitigar el impacto negativo de la estacionalidad del empleo turístico en España. Además, se completará el análisis con un procedimiento deductivo, exponiendo casos de éxito a nivel nacional e internacional que corroborarán la importancia y la efectividad de implantar ciertas políticas de desestacionalización en el empleo turístico.

Si bien es cierto que cada resultado del análisis del presente trabajo esté respaldado por datos empíricos y objetivos, ello no es óbice para que las conclusiones extraídas sean personales, novedosas, y aporten adicionalidad a los trabajos ya publicados.

## 5. Resultados

### 5.1. Objetivo I. Tendencias de la estacionalidad turística en España

#### a. Causas de la estacionalidad turística

Como se ha mencionado anteriormente, según Ramón y Abellán (2014), la estacionalidad turística surge por la presencia de cuatro factores: vacaciones escolares, vacaciones laborales, las tradiciones de los viajeros, y la climatología del destino visitado. Son estos factores los que provocan una elevada afluencia turística en ciertos momentos del año.

Las vacaciones escolares en España tienen lugar entre junio y septiembre, potenciando así el turismo doméstico. Además, la totalidad de los países de la Unión Europea, de donde España recibe un 57% de sus viajeros internacionales (Eurostat, 2022), tienen vacaciones escolares en julio y en agosto (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2023).

Además, el 96% de los trabajadores españoles tienen vacaciones entre los meses de junio y septiembre, y el 70% en julio y agosto. Probablemente esta elección esté relacionada con el calendario escolar para facilitar los viajes familiares, y con la temperatura media en España, que alcanza sus temperaturas máximas en julio y en agosto.

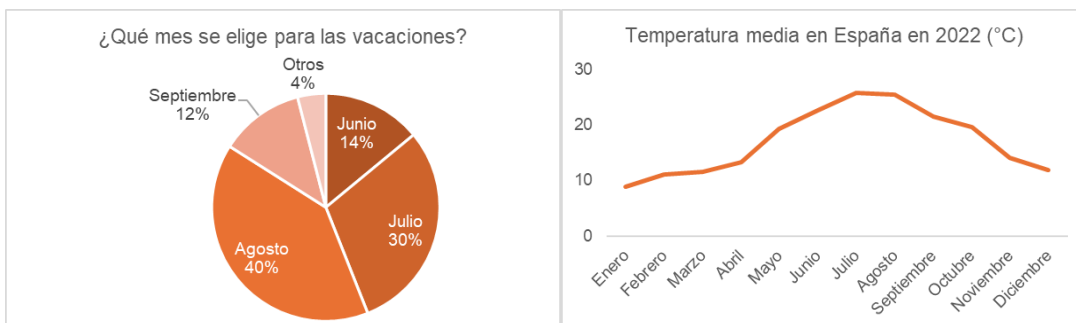


Gráfico 16: Las vacaciones y las temperaturas como causas de la estacionalidad

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEMET (2022) y Observatur (2023)

Por último, en cuanto a las tradiciones de los viajeros, cabe mencionar que éstas están altamente correlacionadas con los tres factores previamente explicados. Los turistas tienden a viajar dependiendo del calendario laboral y escolar, y de la climatología.

Analizando los cuatro aspectos por separado (vacaciones escolares, laborales, tradiciones de los viajeros, y climatología del país visitado), uno se da cuenta de que todos ellos están interrelacionados y que cobran especial relevancia entre los meses de junio y septiembre, por lo que su combinación en los meses de verano provoca una clara estacionalidad turística.

Por otro lado, las causas del fenómeno turístico bajo estudio también se pueden analizar bajo dos puntos de vista distintos: desde la perspectiva de la oferta y desde la perspectiva de la demanda (López Bonilla y López Bonilla, 2007). Si bien es cierto que ambas perspectivas están relacionadas, ya que, en un mercado de competencia, como lo es el turismo, un incremento en la demanda conlleva una subida en la oferta, es importante destacar que tanto la oferta como la demanda pueden tener efectos independientes en el turismo.

- Estacionalidad desde la perspectiva de la oferta turística:

En primer lugar, la oferta turística se refiere a los bienes y servicios turísticos, como el alojamiento, el transporte, las actividades de cultura, ocio y gastronomía (Sancho y Buhalis, 1998), que están disponibles para el viajero en un tiempo y lugar determinados (González Jiménez de la Espada, 2013).

En España, la oferta turística es amplia y variada. Respecto los servicios de alojamiento, las pernoctaciones en hoteles representaron el 73% del total de pernoctaciones en 2023, frente al 10%, 15% y 3% que representaron los campings, los apartamentos turísticos y los apartamentos rurales (Instituto Nacional de Estadística, 2023). Por otro lado, en cuanto al transporte, la principal vía de acceso de los turistas internacionales a España fue el transporte aéreo, que supuso el 82% en 2023 (Instituto Nacional de Estadística, 2023), seguido del transporte por carretera, por ferrocarril y marítimo. Por lo tanto, teniendo en cuenta que el que la oferta hotelera y el número de vuelos son dos factores determinantes de la oferta turística total, a continuación, se expone un gráfico que demuestra la estacionalidad en ambas variables. Como se puede observar, el número de hoteles abiertos en agosto de 2023 superó por unos 5.200 a la cuantía registrada en enero. Algo similar ocurre con el número de asientos ofertados en vuelos internacionales: el número de plazas aumentó un 74% de enero a agosto. Esta tendencia se alinea con las causas de la estacionalidad previamente prevista ya que el punto de máxima oferta tiene lugar en los meses de verano, cuando las temperaturas son más altas y la mayoría de las vacaciones escolares y laborales tienen lugar.

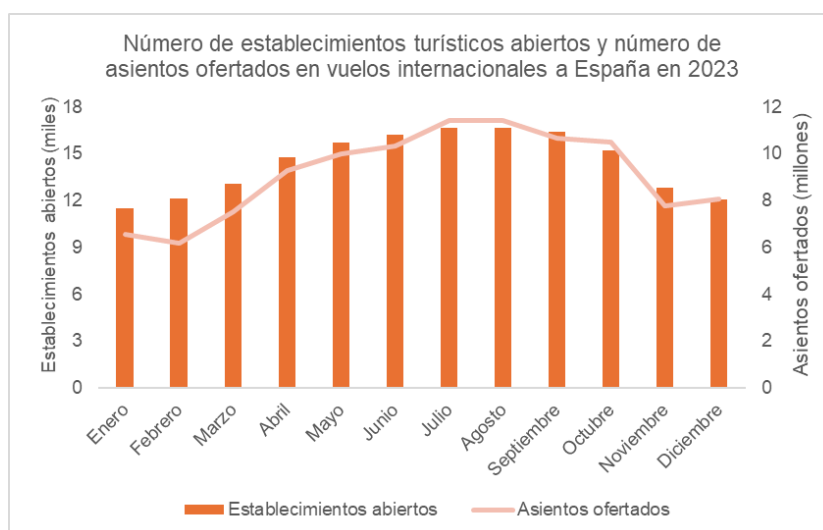


Gráfico 17: Número de establecimientos turísticos abiertos y número de asientos ofertados en vuelos internacionales a España en 2023

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023) y TURESPAÑA (2023)

Por su parte, las actividades de cultura, ocio y gastronomía presentan un abanico de tipologías muy amplio: desde museos, espectáculos y visitas relacionadas con la historia y el patrimonio, hasta actividades de recreo relacionadas con el deporte, la comida tradicional o la montaña. Si bien es cierto que esta variable de la oferta turística también puede sufrir de incrementos temporales a lo largo del año, la tipología del turista que suele disfrutar de este tipo de actividades, un turista de calidad, hace que su oferta sea más estable.

- Estacionalidad desde la perspectiva de la demanda turística:

La demanda turística se define como el conjunto de actuales y potenciales consumidores que desean sacar provecho de los bienes o servicios turísticos en un lugar distinto al de su residencia y trabajo (Sancho y Buhalis, 1998; Mathieson y Wall, 1982).

La demanda está determinada por factores económicos y sociales. En lo que respecta a los aspectos económicos, la demanda turística depende del nivel de renta disponible de los viajeros y del nivel de precios de los bienes y servicios turísticos. A mayor nivel de renta disponible y menor nivel de precios, mayor será la demanda (Montes O'keeffe, 2017; Sancho y Buhalis, 1998). Por otro lado, en cuanto a los factores sociales, cobran especial importancia los aspectos demográficos del turista (como la edad o la cultura), la motivación del viaje (las preferencias del destino y la personalidad del consumidor), el estilo de vida del turista (preferencia por la naturaleza o lo urbano, por ejemplo), y el tiempo disponible para viajar del consumidor (Montes O'keeffe, 2017).

En cuanto al grado de periodicidad de la demanda turística en España, existen una serie de indicadores, como el número de turistas y la tasa de ocupación hotelera, que reflejan y materializan de manera sencilla los factores que determinan la demanda para demostrar su estacionalidad. Como se puede observar, el número de turistas alcanzó su máximo anual en el mes de julio, duplicando así la cuantía de esta variable misma variable en enero. Además, el grado de ocupación de los hoteles, el tipo de alojamiento más popular entre los consumidores, pasó de suponer un 46% en enero a registrar un 75% en agosto.

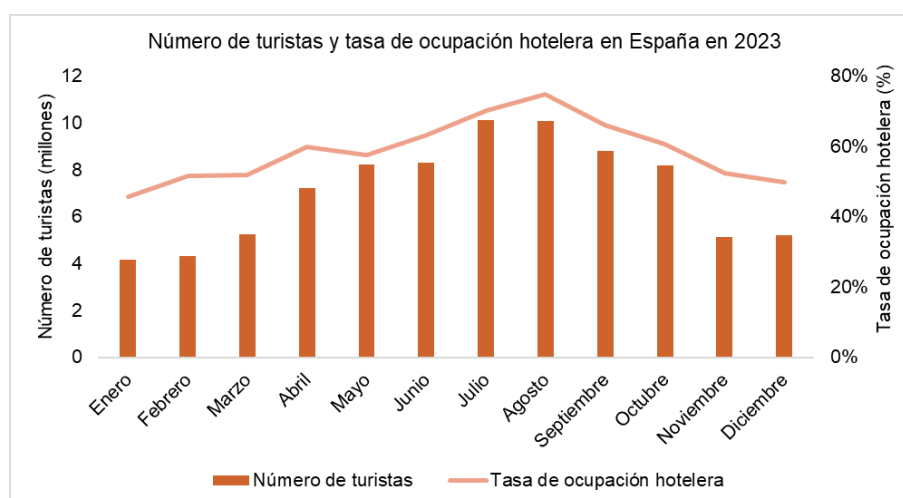


Gráfico 18: Número de turistas y tasa de ocupación hotelera en España en 2023  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

## b. Evolución de la estacionalidad turística

La existencia de la estacionalidad en el sector turístico es un hecho. Más del 50% de pernoctaciones en establecimientos turísticos en España se registran entre junio y septiembre, superando los niveles de países como Alemania. Sin embargo, cabe mencionar a que, como se muestra en el gráfico inferior, desde 2012 hasta antes de la irrupción de la pandemia, la estacionalidad en España disminuyó un 5,4%, y se ha mantenido todo este tiempo por debajo de las cifras de Francia e Italia.



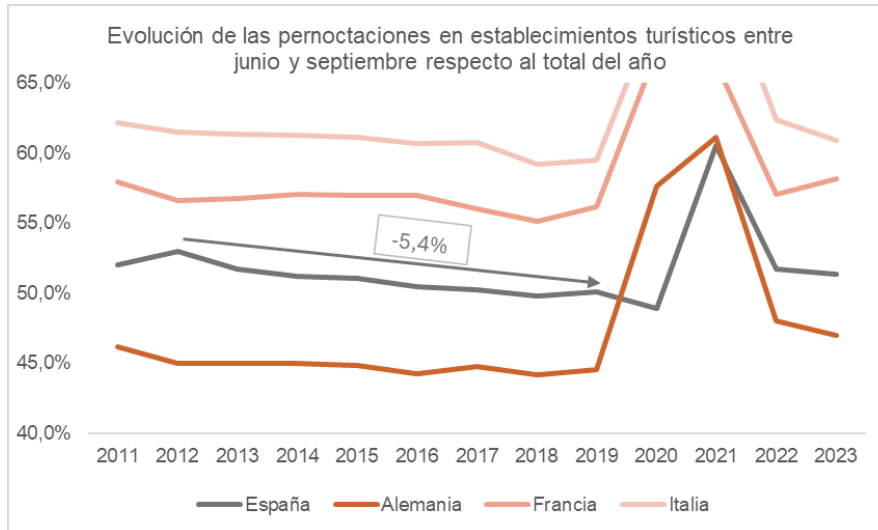


Gráfico 19: Evolución de las pernoctaciones en establecimientos turísticos entre junio y septiembre respecto al total del año

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2022)

Aunque a un ritmo moderado, España está atravesando un proceso de desestacionalización y las principales causas se atribuyen a diversos factores. En primer lugar, el aumento de la esperanza de vida, y el crecimiento en la proporción de población adulta y sin hijos en edad escolar, proporciona una mayor flexibilidad a los turistas a la hora de poder viajar fuera de la temporada alta. Por otro lado, los años 2020 y 2021 fueron años convulsos para el turismo debido al Covid-19 y las tasas de estacionalidad no fueron representativas de la situación de España a largo plazo. Sin embargo, algunas costumbres adquiridas durante dichos años, como el teletrabajo, parece que perdurarán en el tiempo. La creciente popularidad y consolidación del teletrabajo ha fomentado el turismo en meses de menor concentración turística. De hecho, en 2023 se han registrado tasas de crecimiento interanual hasta cinco veces más elevadas en épocas de temporada baja que en los meses de verano: el número de turistas en España creció interanualmente un 7% y un 7,6% en el segundo y cuarto trimestre respectivamente, frente al crecimiento interanual del 1,3% en el tercer trimestre (CaixaBank Research, 2024).

### c. Tendencias de estacionalidad por clases de turismo

- Tendencias según el origen del turista

El turismo doméstico presenta una estacionalidad menor frente a la del turismo internacional, si bien la brecha cada vez es ligeramente menor. En 2016 el porcentaje de pernoctaciones entre junio y septiembre alcanzó el 47% para turistas domésticos y el 50% para turistas internacionales, frente al 47% y 48% que se registró respectivamente en 2023. Aunque la diferencia es pequeña, la menor estacionalidad del turismo doméstico es un patrón recurrente que podría deberse al menor esfuerzo que tienen que hacer los turistas españoles en términos de dinero y distancia para llegar a los destinos domésticos. Esto facilita realizar viajes de corta duración que pueden realizarse a lo largo de todo el año sin necesidad de tener vacaciones escolares o laborales. En términos cuantitativos, la estancia media de los turistas internacionales fue de 7,6 días en 2023, frente a los 3,7 días de los turistas españoles, corroborando así la mayor flexibilidad de viajar por España en cualquier momento del año para los turistas domésticos (Ministerio de Industria y Turismo, 2023).

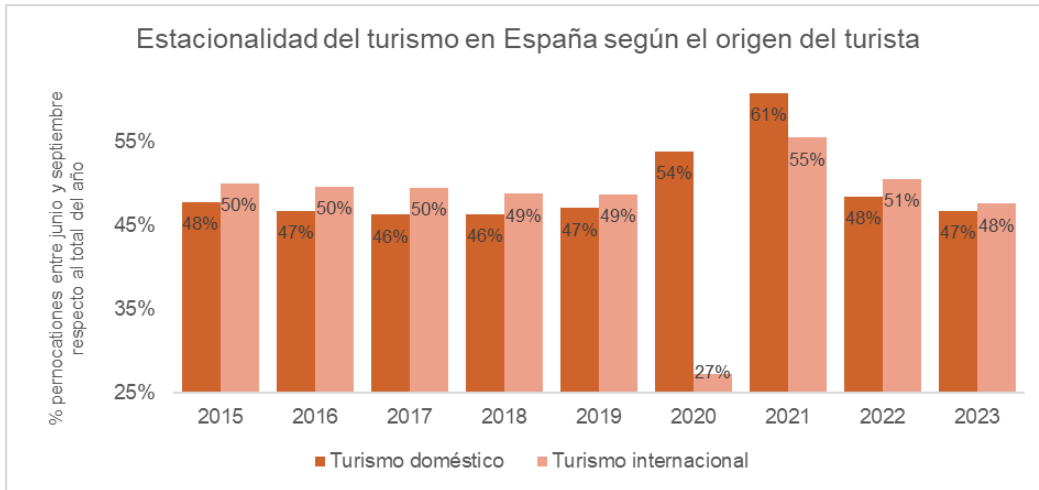


Gráfico 20: Estacionalidad del turismo según el origen del turista  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

Es importante mencionar que durante los meses en los que el turismo fue afectado por la pandemia los niveles de estacionalidad no son representativos, ya los viajes domésticos e internacionales dependieron en gran medida de las restricciones de movilidad impuestas por las autoridades, no tanto por las causas típicas de la estacionalidad.

- Tendencias según el destino del turista

En lo que se refiere a las tendencias según la tipología de destino turístico, los municipios rurales y costeros presentan una estacionalidad mucho más elevada respecto al turismo en municipios urbanos. En 2023, la proporción del gasto turístico entre junio y septiembre fue del 51% en las zonas costeras, del 44% en los municipios rurales, y del 37% en las áreas urbanas. Teniendo en cuenta que sin estacionalidad el gasto debería representar el 33% cuando se toman datos referentes a 4 meses, se observa que el turismo urbano claramente lleva una ventaja respecto al resto de destinos en este aspecto.

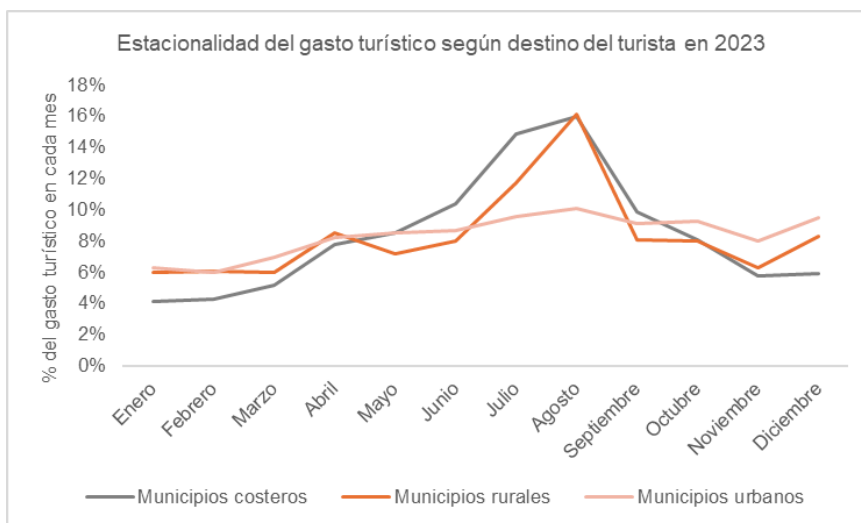


Gráfico 21: Estacionalidad del turismo según el destino del turista  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2024)

Uno de los factores que podría contribuir a la estabilidad del turismo durante el año en municipios urbanos hace referencia a la posibilidad de aprovechar gran parte de las prestaciones de una ciudad sin necesidad de una climatología óptima. Además, también entra en juego la elevada oferta turística durante todo el año en las ciudades, al contrario que en las zonas de playa o de esquí, por ejemplo, donde gran parte de las tiendas y establecimientos únicamente abren en determinados meses del año.

- Tendencias según el motivo principal del viaje

La finalidad de los viajes a España determina en gran medida el grado de estacionalidad turística. En primer lugar, la mitad del gasto del turismo de ocio en España, que representa un 55% del gasto turístico total, se registra entre junio y septiembre. Dicha concentración en la demanda desborda a la oferta turística durante los meses de verano y provoca una escasez de demanda durante los meses de temporada baja. En segundo lugar, las visitas a familiares y amigos, que representan un 36% del gasto turístico total en España, registra su pico en agosto y en diciembre, debido a la tradición de celebrar la Navidad en familia. Sin embargo, es importante destacar que su variación es sustancialmente menos marcada que en el turismo de ocio. Incluso se podría decir que esta tipología de turismo apenas muestra estacionalidad ya que no hay ningún mes que represente más del 11% del gasto respecto al total del año. Por último, aunque el turismo de negocios sí es estacional, muestra un comportamiento inverso, registrando sus datos más bajos en los meses de verano, compensando en parte los meses más bajos de turismo de ocio.

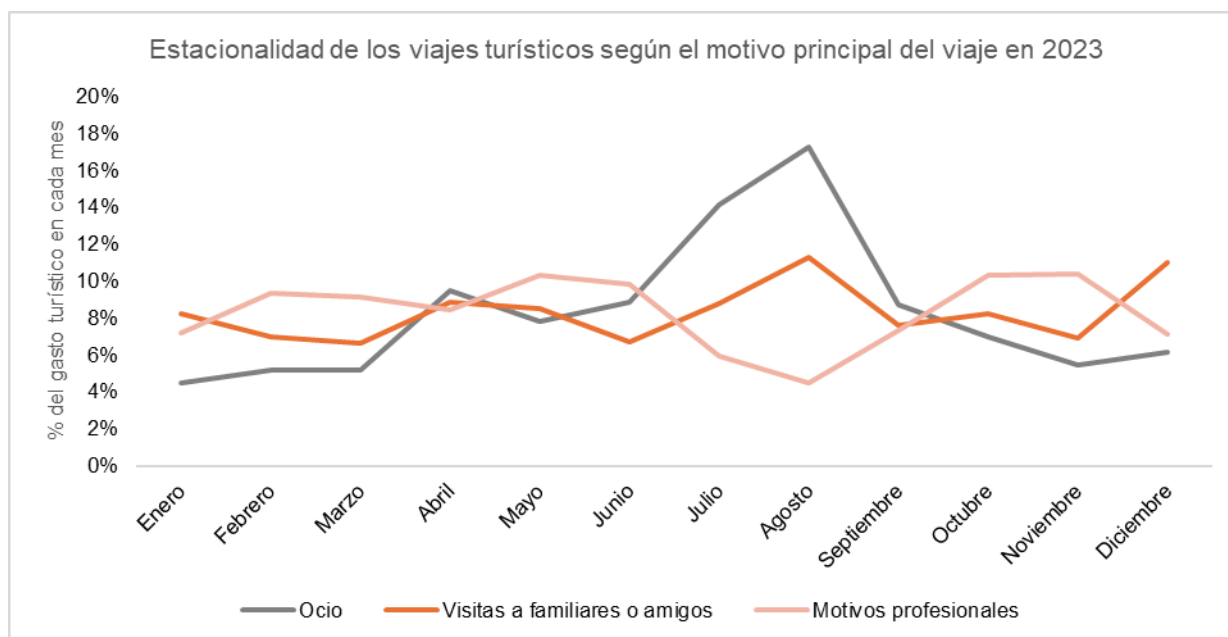


Gráfico 22: Estacionalidad del turismo según el motivo principal del viaje

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

- Tendencias según la edad del turista

Si bien es cierto que para todas las categorías de edad la temporada de verano es la más popular para viajar, por lo general, cuantos más años tiene el turista, menor es la estacionalidad que presentan sus patrones de viaje, a excepción de los viajeros que se encuentran en un rango de edad

entre los 25 y los 34 años. Al no haber datos disponibles a nivel nacional que cuantifiquen esta idea, se ha recurrido a datos que representan a la población de la Unión Europea. Los viajeros entre los 15 y 25 años realizan un 42% de sus viajes en julio y en agosto. Esta misma variable representa el 29% para las personas de más de 65 años, respectivamente. Además, las personas de edad más avanzada tienen más probabilidades de viajar en meses típicamente comprendidos en temporada baja.

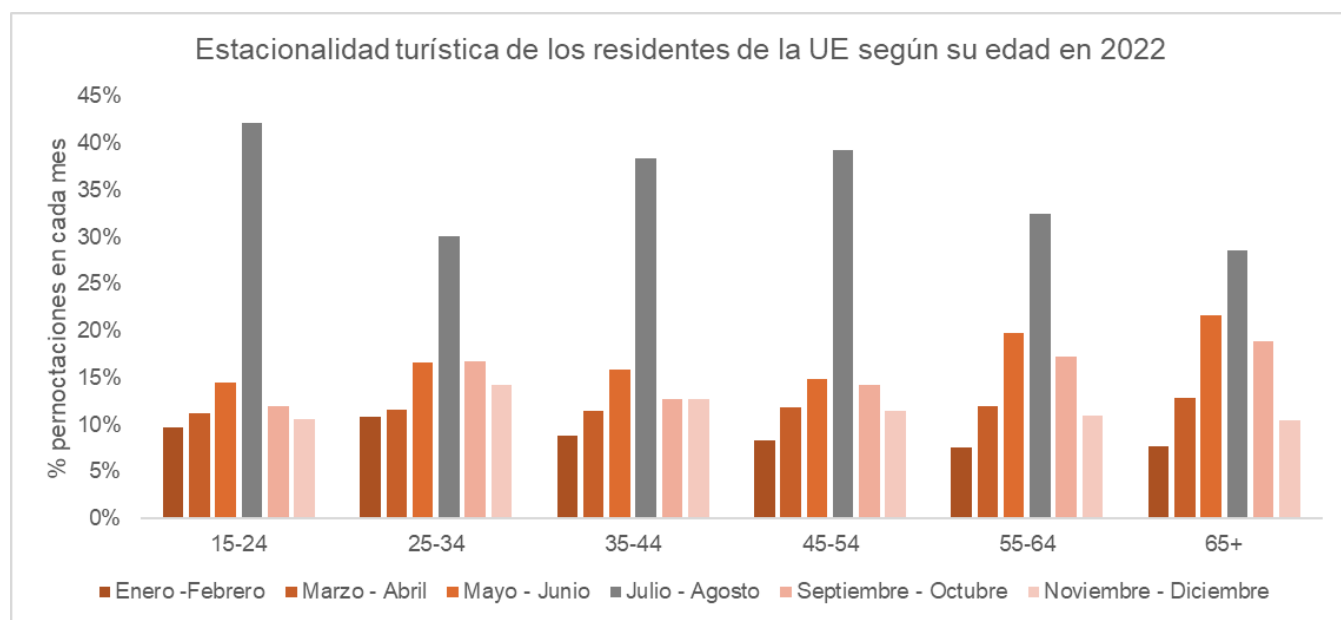


Gráfico 23: Estacionalidad del turismo en la UE según la edad del turista

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2022)

Esta tendencia se debe a la mayor disponibilidad de tiempo que las personas tienen a medida que su edad aumenta. No solo sus vacaciones no dependen de un calendario laboral, sino que además, hay menos probabilidades de que tengan hijos en edad escolar, por lo que pueden viajar durante periodos de temporada baja. Por otro lado, los programas de turismo del Imsero (Instituto de Mayores y Servicios Sociales) también fomentan el turismo doméstico en temporadas valle del segmento de población sénior, frenando así la estacionalidad.

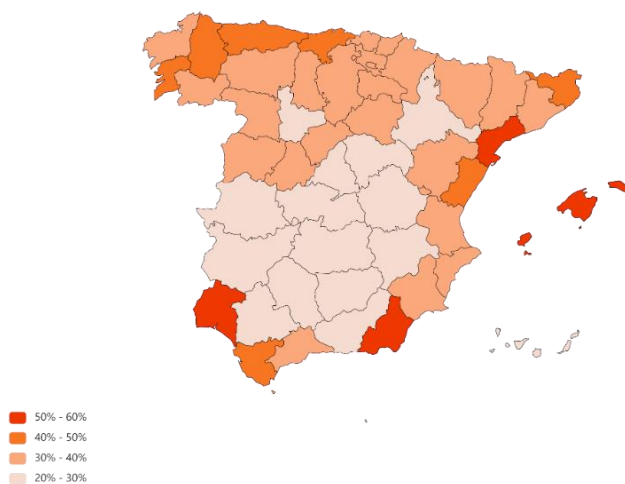
#### d. Tendencias de estacionalidad por zona geográfica

La estacionalidad turística es un fenómeno que afecta a toda España, como se ha podido observar a partir de los datos nacionales previamente expuestos. Sin embargo, existen ciertas zonas en las que este problema es aún más evidente. Por ejemplo, un 54% de las pernoctaciones en Tarragona tiene lugar entre julio y septiembre, seguido de Almería (53%), las Islas Baleares (52%), y Huelva (51%). En el otro extremo se encuentran Córdoba (24%), Sevilla (25%), y Madrid (26%). Por lo tanto, se demuestra, una vez más, que los municipios costeros muestran una mayor estacionalidad que los urbanos (obsérvese el gráfico de la izquierda).

Por otro lado, también es interesante plantear la idea de que existe una correlación entre la estacionalidad y la concentración turística. Por lo general, las provincias en las que la tasa de estacionalidad es mayor, también tienen un nivel de concentración turística superior a la media (obsérvese el mapa de la derecha del Gráfico 24). De hecho, en las Islas Baleares hay 51 veces más

pernoctaciones anuales que residentes en la provincia. Un caso similar ocurre en Tarragona, donde la proporción es de 13 pernoctaciones por cada residente. Ante la presencia de una excesiva concentración turística, esta relación agrava aún más los efectos negativos de la estacionalidad: los destinos turísticos ya no solo correrán el riesgo de sobreexplotar sus recursos (infraestructuras, personal...) para satisfacer una demanda de corta duración, si no que, además, al ser la demanda turística tan superior a los recursos disponibles, su sobreexplotación será aún mayor, e incluso la demanda podría no ser satisfecha en su totalidad.

Distribución de la estacionalidad en 2023: Proporción de pernoctaciones en julio, agosto y septiembre



Concentración del turismo en 2023: Pernoctaciones anuales en proporción a la población residente

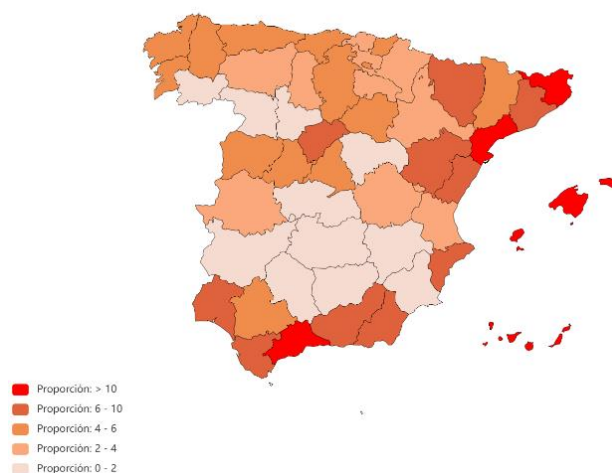


Gráfico 24: Distribución de la estacionalidad y concentración del turismo según la provincia  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

## 5.2. Objetivo II. Consecuencias de la estacionalidad del empleo turístico en España

Según lo expuesto en el marco teórico de este estudio, existe una relación intensa entre la estacionalidad y el empleo turístico a causa de dos factores: el efecto que la demanda tiene en la contratación y el elevado peso del gasto de personal respecto al total de los gastos de los negocios turísticos. Esto provoca que el empleo turístico sea extremadamente sensible a cambios de demanda y de precios, generando por lo tanto una estacionalidad muy notable. Por lo tanto, surge la necesidad de abordar cuáles son las consecuencias que el fenómeno de la temporalidad turística tiene en los trabajadores del sector.

### a. Desempleo estacional

El turismo en España se caracteriza por presentar pronunciados periodos de temporada alta, que suelen ser en verano. Esto provoca que se contraten a trabajadores para poder cubrir la demanda durante la temporada alta, ocasionando tasas de desempleo elevadas durante el resto del año.

Un ejemplo claro es el caso de las Islas Baleares. Como se ha explicado previamente, es la tercera provincia española en términos de estacionalidad turística, con un 52% de sus pernoctaciones registrándose entre julio y septiembre, y es la que mayor concentración turística presenta. Por lo

tanto, se ha tomado como ejemplo la evolución de la tasa de desempleo de las Islas Baleares para demostrar lo sensible que su empleo es a la demanda turística. El gráfico de a continuación omite los trimestres afectados directamente por el Covid-19 para no distorsionar una tendencia clara y recurrente.

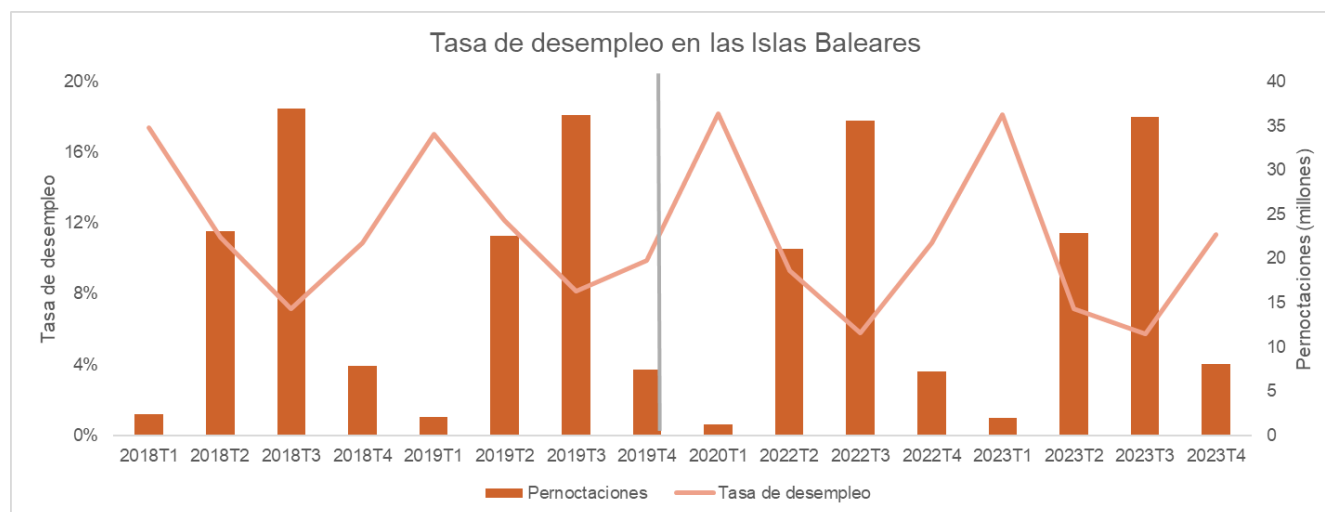


Gráfico 25: Tasa de desempleo en las Islas Baleares

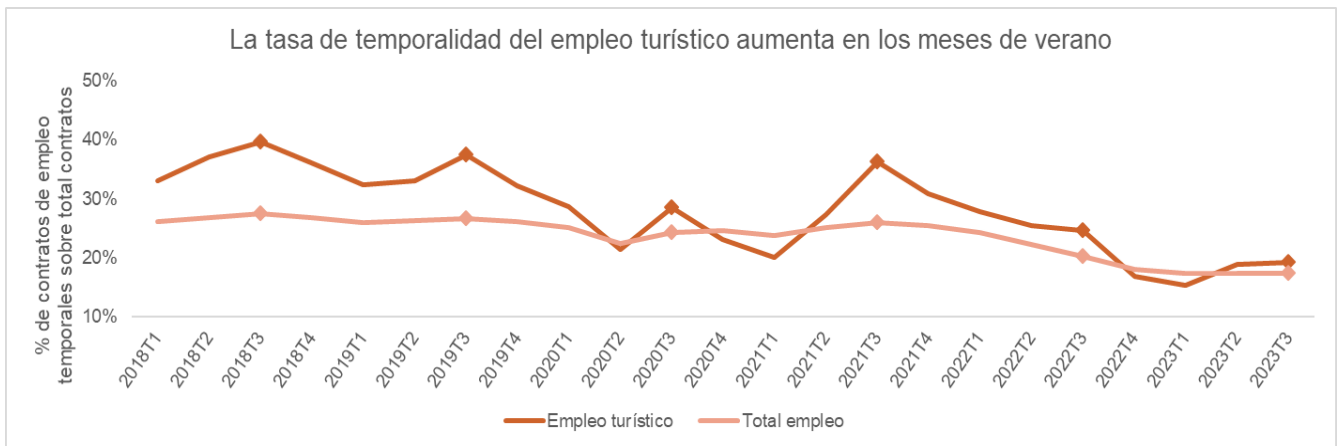
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

Los trimestres en los que el turismo cae, la tasa de desempleo aumenta sustancialmente, alcanzando todos los años su máximo en el primer trimestre y su mínimo en el tercer trimestre. Por ejemplo, en el primer trimestre de 2023 la tasa de desempleo alcanzó un 18% cuando el número de pernoctaciones registró cifras mínimas. Seis meses después, justo en el verano de 2023 y cuando el turismo alcanzó sus mejores datos (en el tercer trimestre), la tasa de desempleo fue únicamente del 6%. Por lo tanto, se puede concluir que la estacionalidad turística provoca un desempleo estacional.

### b. Contratos temporales

Sin embargo, la estacionalidad no solo provoca el desempleo en meses de temporada baja, sino que además los contratos de las personas que sí están empleadas son más precarios y menos seguros. Es decir, no solo afecta al número de personas desempleadas, sino que también afecta a la calidad del empleo de las personas ocupadas.

Una de las maneras en las que se materializa dicha precarización o pérdida de calidad, es en los contratos temporales. Esto se debe a que los negocios turísticos necesitan flexibilidad en sus costes laborales, al no poder asumir gastos de personal fijos durante todo el año cuando sus ingresos no lo son. Por lo tanto, para muchos, la solución radica en contratar a trabajadores durante un periodo limitado que coincide con épocas de una elevada demanda turística en la que se generan los suficientes ingresos para cubrir los gastos de personal y registrar beneficios.



**Gráfico 26: Tasa de temporalidad del empleo turístico**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2023)

Según muestra el Gráfico 26, la tasa de temporalidad del empleo turístico es recurrentemente superior a la del empleo total de la economía, que tiene en cuenta todas las industrias, lo cual refuerza la idea del impacto directo que la estacionalidad turística tiene en el empleo del sector.

Además, una segunda conclusión que se puede extraer del gráfico es que los contratos siempre alcanzan un máximo local (señalado como un rombo en el gráfico) en el tercer trimestre de cada año. Es decir, en verano la tasa de temporalidad es siempre superior respecto al resto del año, corroborando así el efecto de la estacionalidad en el empleo turístico.

Por último, la tercera idea que se deriva de la ilustración indica que, si bien la temporalidad continúa siendo un problema, desde el Covid-19 la tasa de temporalidad está cayendo de manera consistente. Probablemente dicha moderación esté relacionada con la evolución a la baja que también está experimentando la estacionalidad, generando así una menor necesidad de contratos temporales. Además, la implantación de los contratos fijos discontinuos, que permiten la inactividad laboral en ciertos periodos sin que el contrato se rompa, probablemente también haya tenido un rol significativo en la disminución de la tasa de temporalidad (Real Decreto Ley 32/2021 del 30 de diciembre).

### c. Empleo parcial

Otra forma en la que se plasma la precarización del empleo turístico es mediante los contratos a tiempo parcial. Para controlar el gasto de personal durante los periodos de bajos flujos de demanda turística, muchos establecimientos recurren a los contratos parciales, ya que les permiten satisfacer los moderados niveles de oferta sin tener que pagar a los trabajadores por una jornada laboral completa. Como muestra el gráfico inferior, en 2023 el empleo turístico español registró una tasa de parcialidad del 22%, frente al 13% del empleo de todo el país. Es decir, el porcentaje de contratos a tiempo parcial en el sector del turismo es un 70% superior a la media nacional.

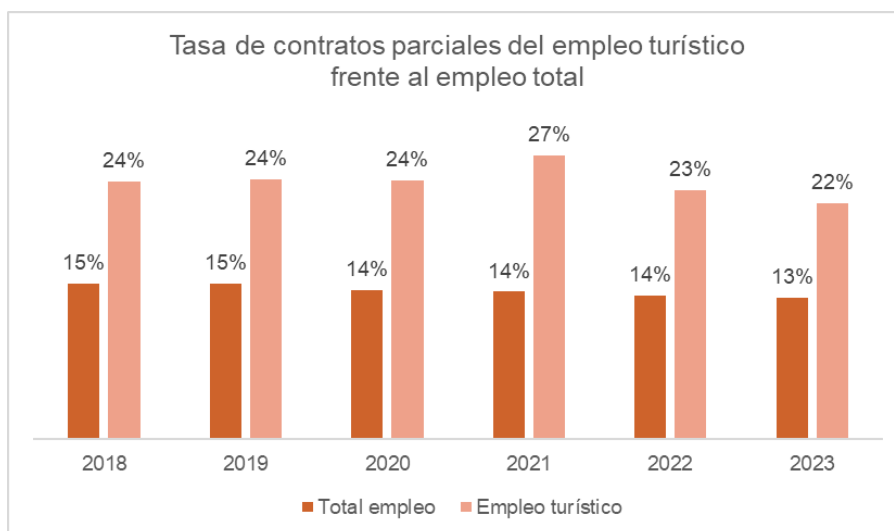


Gráfico 27: Tasa de contratos parciales del empleo turístico frente al empleo total  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2023)

Es cierto que los contratos a tiempo parcial pueden firmarse por preferencia del trabajador, ya que otorgan una mayor flexibilidad a la hora de compaginar la vida laboral con la vida personal o con un trabajo secundario. Sin embargo, en otros casos, el empleo a tiempo parcial es por preferencia unilateral del empleador. Por ello, surge la necesidad de distinguir entre el empleo voluntario a tiempo parcial del involuntario. Según el Instituto Nacional de Estadística (2023), el empleo involuntario a tiempo parcial ocurre cuando el empleado accede a trabajar a tiempo parcial porque no tiene la opción de elegir uno a tiempo completo, aunque prefiera este último.

Como se puede observar en el Gráfico 28, sobre el que solo se han publicado datos hasta el año 2018, los contratos involuntarios de empleo parcial pasaron de representar el 5% de contratos del sector turístico en 2008, al 16% en 2015. Aunque a partir de esa fecha el porcentaje de contratos de empleo turístico parcial involuntario ha disminuido ligeramente, los acuerdos de tipo involuntario siguen siendo más frecuentes que los de tipo voluntario.

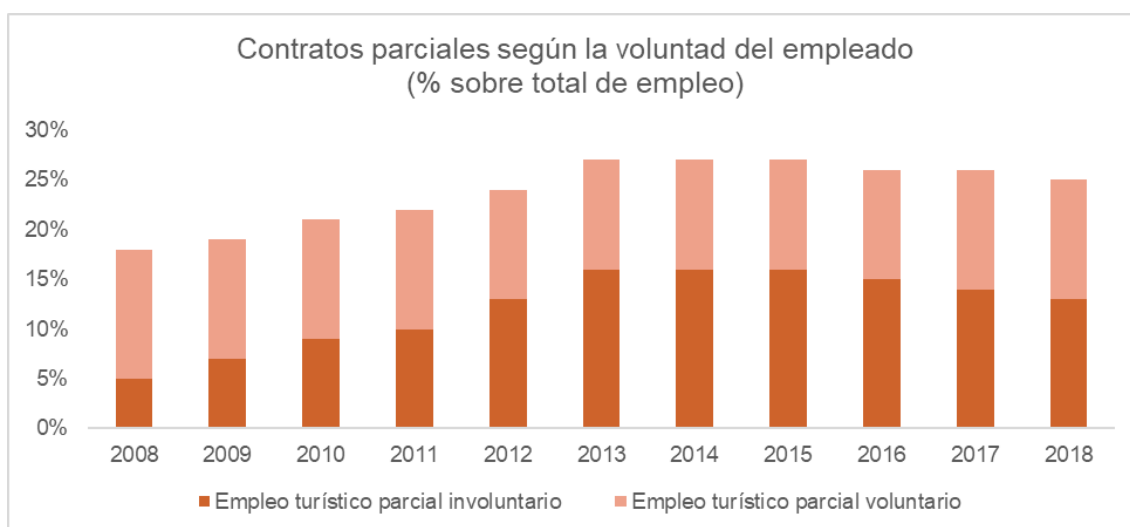


Gráfico 28: Contratos parciales según la voluntad del empleado  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2019)



En conclusión, la tasa de parcialidad del empleo turístico es claramente superior a la de la media nacional, lo cual se ve agravado por el hecho de que la mayoría de los contratos son a tiempo parcial por voluntad ajena al trabajador. Por lo tanto, se demuestra la importancia de combatir la precarización laboral en el sector turístico provocada por la estacionalidad.

#### d. Nivel de formación

Asimismo, el carácter estacional del turismo en España también afecta al nivel de formación de los empleados del sector. El efecto se produce de manera indirecta a través de los tres fenómenos previamente explicados: el desempleo estacional, la elevada tasa de temporalidad, y la relevancia del empleo parcial involuntario. Los tres factores llevan a la caracterización de un empleo inestable e inseguro, lo cual provoca que, por lo general, las personas más cualificadas prefieran buscar otros sectores en los que trabajar.

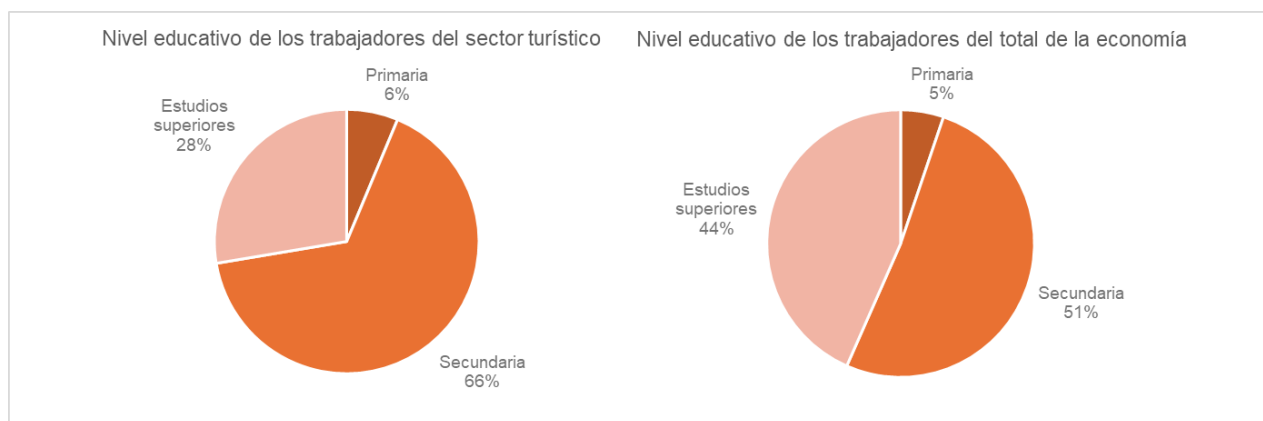


Gráfico 29: Nivel de formación de los trabajadores del sector turístico y del total de la economía  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CaixaBank Research (2019)

Como se observa en el gráfico superior, solo un 28% de los trabajadores del sector turístico tienen estudios superiores, frente al 44% de los empleados del total de la economía. Además, según CaixaBank (2019), solo el 5,3% de empleados turísticos cubren puestos de trabajo con requerimientos teóricos avanzados, frente al 20,7% atribuible a la media nacional.

Estos datos no solo refuerzan la idea de que las peores condiciones laborales causadas por la estacionalidad turística conllevan una mano de obra menos formada, sino que, además, conducen al pensamiento de que la evolución positiva del empleo turístico hacia puestos más seguros a largo plazo será complicada ya que se parte de una base de personas poco formadas. Es decir, frenar los efectos nocivos de la estacionalidad no solo depende de los legisladores, los turistas o las empresas. Los trabajadores turísticos también juegan un papel fundamental en la desestacionalización de la oferta y de la demanda: un buen desempeño de sus tareas ofreciendo los mejores productos y servicios puede llegar a fidelizar a los turistas, creando así una demanda más consistente, y por consiguiente una menor precarización. Para que puedan llevar a cabo con éxito dichas responsabilidades, logrando así flujos de oferta y demanda de mayor constancia, un mejor nivel de formación es definitivo.

### e. Concentración geográfica

Por último, es de gran relevancia destacar que la estacionalidad del empleo turístico es espacialmente notable en determinadas comunidades autónomas. Como se observa en el Gráfico 30, la variación del personal empleado en hoteles entre enero y agosto de 2023 en las Islas Baleares fue del 2055%, seguido de Andalucía (131%), Asturias (130%), y Cataluña (106%).

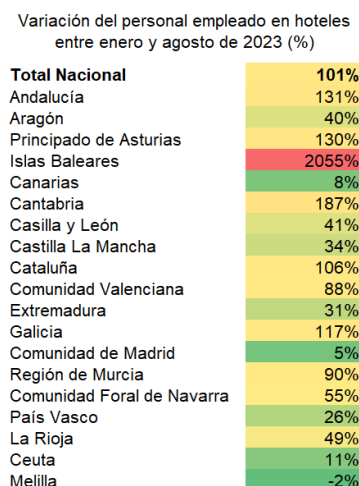


Gráfico 30: Variación del personal empleado en hoteles entre enero y agosto de 2023

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2023)

La estacionalidad del empleo turístico en las Islas Baleares es tan superior al resto porque su naturaleza combina dos factores: una elevada desigualdad de visitantes en distintas épocas del año, y una gran concentración de viajeros respecto al número de residentes, como se vio en el primer objetivo. A su vez, estos dos aspectos se cumplen por el hecho de que Baleares es un destino popular para el turismo de masas: históricamente, no ha habido problema en acoger el turismo de sol y playa, y no se ha frenado el “turismo de borrachera” en Magaluf.

Por lo tanto, la idea principal que se extrae de esta sección es que la estacionalidad del empleo turístico está altamente correlacionada con la concentración y la masificación turística. Esto provoca que, en localidades en las que el turismo claramente supera a la población, gran parte de los residentes tengan que trabajar durante las temporadas altas para poder satisfacer la demanda turística. Sin embargo, al caer la demanda en picado durante la temporada baja, muchas de las personas, que representan una gran proporción de la población, quedan sin empleo, provocando así una gran variación entre el personal contratado durante periodos de temporada alta y baja.

Por otro lado, destaca la baja estacionalidad del empleo turístico en Canarias y en Madrid. Al tratarse de destinos con temperaturas óptimas a lo largo del año, en el caso de Canarias, y de carácter urbano, en el caso de Madrid, los flujos turísticos son más constantes a lo largo del año, propiciando estabilidad en el empleo turístico.

En conclusión, aunque ciertas zonas de España no se vean tan afectadas por las consecuencias de la estacionalidad turística en el empleo, en la mayoría de las zonas la precarización del empleo turístico causado por la estacionalidad es un problema recurrente. Por ello, es necesario plantear pautas para poder frenar este fenómeno.

### 5.3. Objetivo III. Estrategias para mitigar el impacto de la estacionalidad en el empleo turístico español

#### **a. Líneas estratégicas para frenar estacionalidad del empleo turístico**

Para combatir la estacionalidad del empleo turístico es fundamental la implicación tanto individual como colectiva de todos los actores del sector. Además, la búsqueda de acuerdos entre las distintas partes implicadas es básica para desarrollar las estrategias y políticas necesarias.

Si bien algunas políticas estarán directamente enfocadas en la mejora de las condiciones laborales del sector turístico, también se ofrecerán indicaciones para frenar la estacionalidad turística, que indirectamente mitigarán los efectos negativos del empleo turístico ocasionados por este fenómeno.

- Políticas de segmentación según la clase de turismo

Como se ha demostrado en el objetivo II, según la clase de turismo que se estudie, el grado de estacionalidad varía. De acuerdo con la estacionalidad que muestre cada segmento de turismo se debería llevar a cabo una aproximación u otra a la hora de establecer las posibles líneas de acción. Por un lado, para aquellas clases con menor estacionalidad se deben buscar iniciativas que fomenten su desarrollo para que la calidad del empleo turístico no empeore. Por el contrario, para aquellas que muestran una estacionalidad superior, se debería de buscar soluciones para impulsar su demanda en los periodos de temporada baja para así frenar los efectos negativos de la estacionalidad en el empleo turístico.

En cuanto a la segmentación del turismo según el origen del viajero, se ha demostrado que el turismo doméstico es más constante a lo largo del año que el internacional. Por un lado, se debería fomentar el turismo doméstico. Una de las iniciativas que se podría implementar es hacer más accesible el transporte en tren y en autobús, invirtiendo en infraestructuras para ampliar la red de destinos, y promocionando su uso a través de campañas marketing y ofertas. Por otro lado, las soluciones para impulsar el turismo internacional fuera de la temporada de verano, incluyen: un mayor gasto en campañas de marketing fuera de España, la oferta de paquetes turísticos (vuelos incluidos) que favorezcan la llegada de extranjeros fuera de la temporada alta, y la acogida de eventos deportivos que cautiven la atención internacional.

La segmentación del turismo según el destino del viajero indica que el turismo costero es el más estacional, seguido del turismo rural y del urbano. En primer lugar, dado que el turismo costero depende tanto de la climatología, su carácter estacional es difícilmente modificable a menos que se opte por la oferta de servicio totalmente distintos que no dependan de las temperaturas. De hecho, la amplitud de las infraestructuras en zonas costeras que quedan prácticamente inutilizadas en los periodos de baja demanda, son óptimas para acoger ferias o congresos internacionales. En segundo lugar, respecto al turismo rural, que también es muy estacional, se podría incidir en la promoción del patrimonio cultural y de las tradiciones regionales de estos municipios para que su demanda sea más estable a lo largo del año. Por último, el carácter no estacional del turismo urbano implica que se deba seguir fomentando como se ha hecho hasta ahora (a través de exposiciones, eventos deportivos, actividades de ocio, gastronomía...).

Finalmente, en la segmentación del turismo según el motivo principal del viaje, se concluye que el turismo de ocio es claramente el más estacional. Sin embargo, el hecho de que el turismo de

negocios presente una estacionalidad inversa (es decir, su temporada alta tiene lugar fuera de los meses de verano) supone una oportunidad. En vez de perderse intentando promocionar el turismo de negocios en meses de verano (cuando la mayoría de los trabajadores están de vacaciones), la estrategia a implementar en este caso debería ser capaz de complementar el turismo de ocio con el turismo de negocios. Así este último compensaría los meses de temporada baja del turismo de ocio, y viceversa. Para ello, es clave saber cuándo priorizar la promoción de un tipo de turismo u otro.

- Políticas de segmentación según la edad del turista

Como se ha indicado en el segundo objetivo, a medida que la edad del turista aumenta, menor es su estacionalidad implícita. En primer lugar, hay que seguir promocionado el turismo del segmento sénior para que su demanda continúe siendo recurrente a lo largo del año y que no aumente la precarización laboral. Para ello, establecer convenios sanitarios con países extranjeros, ofrecer facilidades de reserva mediante paquetes hechos a medida, y apoyar los viajes organizados por el Imsero (Instituto de Mayores y Servicios Sociales), son políticas necesarias. En segundo lugar, se deben de establecer soluciones para que los turistas más jóvenes no solo viajen en verano, generando flujos de ingresos en las empresas que permitan una mayor estabilidad para sus empleados. Posibles remedios son: el aumento de la oferta de conciertos musicales, eventos deportivos, y actividades de bajo coste que resulten atractivas.

- Políticas de colaboración sectorial

Existen casos en los que se registran comportamientos de estacionalidad inversos a los que estamos acostumbrados en el turismo, en los que los principales flujos ocurren fuera de los meses de verano. En estas situaciones, surgen oportunidades para compensar los flujos de actividades de estacionalidad tradicional con los de estacionalidad inversa.

Es el caso de la complementariedad del turismo rural con el sector primario, que también se desarrolla principalmente en zonas rurales. El sector primario engloba las actividades de ganadería, agricultura, pesca, y materias primas. Como se puede observar en el Gráfico 31, es en el tercer trimestre en el que el nivel más alto de actividad del turismo rural coincide con el nivel más bajo del valor añadido bruto del sector primario.

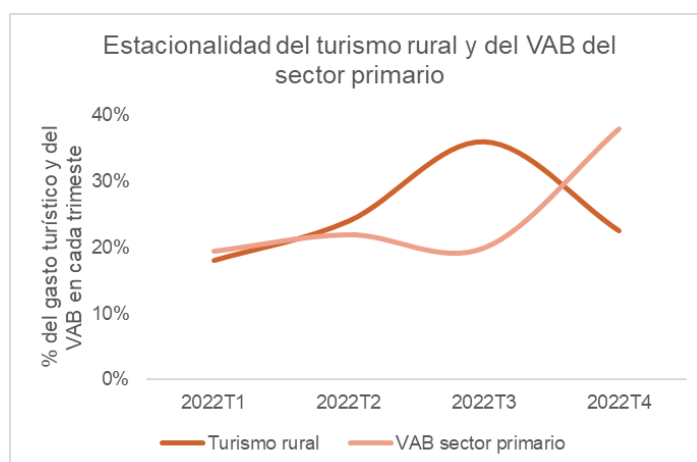


Gráfico 31: Estacionalidad del gasto turístico rural y del VAB del sector primario

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CaixaBank Research (2023a)

Por lo tanto, establecer vías de colaboración entre ambos sectores no solo contribuye a minorar los efectos negativos de la estacionalidad turística en las zonas rurales generando estabilidad en los empleos, sino que además impulsa la diversificación de las fuentes de ingresos en este tipo de municipios. Posibles vías de colaboración entre ambos sectores incluyen: oferta de visitas a instalaciones agrícolas y granjas que permitan al turista entrar en contacto con la naturaleza, talleres culturales y formativos, etc.

Además, el hecho de que existan flujos de demanda estacionales y complementarios en una misma zona, es una oportunidad para los trabajadores que históricamente se han dedicado al turismo rural de su localidad y que necesitan otra fuente de ingresos durante los meses de temporada baja. En este caso, una política de colaboración sectorial facilitaría que los trabajadores pudieran cambiar entre el sector turístico y el sector primario según la época del año, manteniendo así un salario estable durante todo el año.

Como se ha mencionado previamente, otro ejemplo en los que se repite la casuística de flujos inversos es en el del turismo por motivos profesionales con el turismo de ocio. Una vez más, aprovechar estos sectores de forma complementaria son una fuente de oportunidad para la desestacionalización, que contribuirá a la generación de empleos turísticos de una mejor calidad. Para ello, se recomienda establecer acuerdos entre hoteles españoles y grandes empresas con presencia internacional para que cada vez que los trabajadores de las compañías viajen por motivos profesionales pernocten en el mismo hotel. De esta manera, los flujos de demanda de los hoteles serán más altos fuera de los meses de verano gracias al turismo de negocios, que se complementará con el turismo de ocio durante el verano.

- Políticas de formación

La estrategia de formación no solo es definitiva para conseguir mitigar los efectos perniciosos de la estacionalidad, sino que además mejoran las capacidades de los trabajadores turísticos. Existen distintas aproximaciones a la formación que comprenden tanto a empresas como a trabajadores.

Por un lado, se debería de impartir talleres formativos periódicamente para que los empleados del sector turístico siempre tengan claro cuáles son las mejores prácticas a la hora de realizar su trabajo. Cuanto mejor sea el servicio ofrecido a los turistas, el grado de fidelización también será mayor, generando flujos de demanda más recurrentes.

Además, una adecuada política de formación también debería consistir en fomentar las capacidades de adaptación de los trabajadores a los distintos mercados laborales según la época de año. Por ejemplo, los empleados de un hotel que en temporada alta reciben todo tipo de clientes, pero que en temporada baja dependen de turistas sénior, deberían recibir ciclos formativos para una adecuada atención especializada en los más adultos. Al estar capacitados para atender una demanda cambiante a lo largo del año, sus contratos laborales serán más seguros.

- Políticas de precios

En ocasiones, tener un impacto en la decisión de consumidores sin recurrir a un factor económico resulta complicado. Por muy variados, buenos, o populares que sean los productos ofertados, si no entran dentro de un límite de precios, pueden ser descartados por los consumidores. En los casos en los que se haya intentado atraer turistas en temporada baja empleando otras políticas no

determinadas por el precio y el resultado haya sido fallido, puede ser conveniente el lanzamiento de una estrategia de precios.

Implementar una política de precios en temporada baja podría remediar los efectos de la estacionalidad. La mayoría de las políticas de precios son ampliamente conocidas y ya están implementadas. Por ejemplo, la venta de vuelos de temporada baja con descuentos, la oferta de paquetes para grupos, y los regalos promocionales, son estrategias de *pricing* comunes.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que una política de precios demasiado agresiva puede dar lugar a un tipo de turismo de bajo valor añadido no deseado. Por lo tanto, se recomienda recurrir a otras políticas si no se está seguro del alcance que ésta pueda tener.

## **b. Casos de éxito**

Aunque aún queda mucho camino por recorrer para garantizar un empleo turístico seguro, estable, y de calidad, es cierto que existe una tendencia hacia un modelo sostenible, equilibrado, inclusivo y estable para intentar reducir la estacionalidad y las consecuencias derivadas de ésta. Como se ha visto, si se lograra reducir, el aumento de turistas en las temporadas consideradas bajas generaría puestos de trabajo a lo largo de todo el año. Diferentes países han llevado a cabo algunas iniciativas para frenar la estacionalidad del empleo turístico, que también podrían servir como ejemplo para el futuro:

- Suiza

Busca mitigar la estacionalidad compartiendo el personal entre empresas que se dedican a distintas actividades que se desarrollan en diferentes temporadas para asegurar el empleo a los trabajadores del sector turístico. Por ejemplo, la atracción invernal Ice Castles comparte empleados con la empresa Lake Geneva Ziplines & Adventures, cuya actividad se desarrolla en verano (Andrew, 2021; Caballero et al., 2023)

- Nueva Zelanda

Su plan de transformación del sector turístico (2023) incide especialmente en el empleo como camino de mejora para todo el sector. Pretende mejorar la normativa de empleo en búsqueda de una carrera profesional estable y bien remunerada incidiendo en la formación del personal turístico. Por ejemplo, el programa “Embrace the flux, enable the flex” pretende combatir la estacionalidad aprovechando la temporada baja para mejorar la formación y cualificación de los empleados (Caballero et al., 2023).

- Islandia

En 2010 la mitad de los viajeros que visitaban el país, lo hacía durante los meses de verano. Aunque dicha cifra bajó al 34% en 2020, el número total de visitantes a lo largo del todo el año aumentó notablemente. Este crecimiento fue debido a que el gobierno lanzó una campaña publicitaria de turismo en Islandia en las que se publicitaban actividades durante otras épocas del año, incluyendo paseos por glaciares, excursiones en moto de nieve o la contemplación de la aurora boreal. De esta manera, se pudo proporcionar un empleo estable a lo largo de año a los trabajadores turísticos (Caballero et al., 2023).

- Eslovenia

Su plan consiste en fomentar el turismo de montaña con el fin de utilizar las instalaciones de esquí durante todo el año, no sólo en la temporada invernal. Para ello, se presta formación sobre el turismo de montaña a los empleados de la temporada de esquí para que puedan ejercer como profesionales de la montaña el resto del año (Caballero et al., 2023; OECD, 2022).

Por otro lado, en España también se han dado casos de éxito para combatir la estacionalidad turística:

- Benidorm

Este municipio es el destino turístico principal de la costa Mediterránea. Combate la desestacionalización atrayendo al segmento sénior de la población nacional mediante los viajes organizados por el Imsero (Instituto de Mayores y Servicios Sociales, 2023), y los planificados a bajo coste por turoperadores para la tercera edad británica (Fernández, 2022). En el caso del Imsero, Benidorm supone un 20% del total de las plazas hoteleras ofertadas en España, llegando a casi 150.000 plazas fuera de la temporada alta. Con esta política, Benidorm consigue mantener un 77,7% de la planta hotelera abierta en temporada baja (Bartual Bardisa, 2024).

- Palma de Mallorca

Con el fin de desestacionalizar el turista tradicional balear de sol y playa, en Palma incentivan un cliente de turismo segmentado (rutas en bicicleta, senderismo, y otros deportes) y de calidad (Peñalver, 2023) que visita la isla a lo largo de todo el año. Por otro lado, el turismo MICE (turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones) tanto a nivel nacional como internacional, está consolidando Palma de Mallorca como un destino popular en los meses considerados de temporada baja. Es el caso del congreso de Mercedes Benz, que tuvo lugar entre febrero y abril de 2023, y que contó con la asistencia de 25.000 visitantes (Nexotur, 2024).

## 6. Conclusiones

Para concluir el presente estudio, se revisitarán las principales cuestiones tratadas y sus conclusiones derivadas. De esta manera, se pretende dar una respuesta concisa a los tres objetivos analizados, que determinará el estado de la cuestión actual de las tendencias de estacionalidad turística en España, su impacto negativo en el empleo, y las posibles estrategias a implementar como remedio. Por último, se propondrán ideas sobre futuras líneas de investigación para asegurar la continuidad del progreso hacia la desestacionalización del empleo turístico español.

El turismo tuvo sus antecedentes en la Época Clásica, y ha evolucionado hasta convertirse en el motor económico que es hoy en día. Este trabajo ha identificado tres distintas dimensiones en las que se puede clasificar la actividad turística: el turismo según el origen del viajero (internacional o doméstico), según el destino del viajero (urbano, costero, o rural), y según el motivo principal del viaje (ocio, visita a familiares y amigos, o por motivos profesionales). A grandes rasgos, la industria turística española representa el 12,8% del PIB, el 9,3% del empleo total, y contribuye al desarrollo regional y a la generación de una balanza comercial positiva. Sin embargo, este importante sector también puede conducir a problemas como la gentrificación, la estacionalidad, el daño al medioambiente, o la presión excesiva sobre las infraestructuras. Este trabajo se ha centrado en cómo uno de los aspectos negativos del turismo, la estacionalidad, afecta a uno de sus factores positivos, la generación de empleo. La relación entre ambas es directa e intensa por el peso que suponen los gastos de personal en las empresas turísticas cuando los flujos de demanda no son suficientemente altos.

La estacionalidad turística se caracteriza por tener flujos de oferta y demanda mucho superiores en los meses de verano en comparación al resto del año, y surge ante la presencia de cuatro factores: las vacaciones escolares, las vacaciones laborales, las tradiciones de los viajeros, y la climatología del destino. Si bien España está atravesando un proceso de desestacionalización a causa del envejecimiento poblacional y de las nuevas modalidades de trabajo, la existencia de estacionalidad en el turismo español se demuestra tanto desde la perspectiva de la oferta como desde la perspectiva de la demanda: el número de plazas de aviones ofertadas incrementó un 74% de enero a agosto de 2023, y más del 50% de pernoctaciones en establecimientos turísticos en España se registran entre junio y septiembre. Además, la tendencia histórica indica que el turismo internacional presenta una mayor estacionalidad que el doméstico, probablemente por el esfuerzo adicional en términos de tiempo y dinero que supone viajar a España desde un país extranjero. Por otro lado, los viajes a destinos costeros y el rurales tienen un carácter mucho más estacional que los que se realizan a municipios urbanos, ya que dependen en gran medida de la climatología. También existe una tendencia que demuestra que la estacionalidad del turismo de ocio es claramente superior al turismo familiar o de negocios; de hecho, el turismo por motivos profesionales presenta una estacionalidad inversa, siendo el verano su periodo de temporada baja. Adicionalmente, el segmento de población sénior genera una demanda turística más constante a lo largo del año que los viajeros más jóvenes, ya que suelen tener una mayor flexibilidad para viajar el tener más tiempo libre y no ser responsables de niños en edad escolar. Por último, existe una elevada correlación entre la estacionalidad y la concentración turística.

Como consecuencia a las mencionadas tendencias, el empleo turístico tiene que hacer frente a distintas cuestiones relacionadas con la precarización laboral. Por un lado, la tasa de desempleo de las zonas con una elevada estacionalidad aumenta rápidamente con el fin de las temporadas altas, generando inseguridad laboral. Además, la tasa de temporalidad en los contratos laborales del sector



turístico aumenta en los meses de verano, y es claramente superior a la media del empleo total nacional. Si bien la tasa de temporalidad ha caído desde 2021, esta disminución podría estar relacionada con la implementación de los contratos fijos discontinuos; por lo tanto, los empleados no figuran como poseedores de contratos temporales, pero pasan periodos del año inactivos. Por otro lado, no solo la proporción de empleos turísticos a tiempo parcial es muy superior al total nacional, sino que, además, la mayoría de ellos son empleos parciales involuntarios. Estas características del empleo turístico implican unas condiciones laborales pobres y muy poco atractivas para los trabajadores mejor formados, generando una brecha laboral para cubrir los puestos de trabajo que requieren conocimientos más avanzados.

De esta manera, surge la necesidad de establecer políticas que ayuden a solventar los efectos negativos de la estacionalidad en el empleo turístico. En el desarrollo de estas políticas la acción individual y colectiva, y la colaboración entre ambas, son pilares fundamentales. En base a las observaciones previamente expuestas, este estudio ha desarrollado una serie de estrategias para fomentar un empleo turístico de calidad. Las líneas de acción se pueden clasificar en cinco tipos: de segmentación según la clase de turismo, de segmentación según la edad del turista, de colaboración sectorial, de formación, y de precios. Aunque aún queda mucho camino por recorrer, algunos países ya han llevado a cabo sus propias políticas de desestacionalización del empleo que demuestran la eficacia de este tipo de estrategias y que podrían servir de ejemplo para el futuro.

Este trabajo ha pretendido proporcionar un análisis actualizado sobre el estado de la estacionalidad turística en España y su impacto en el empleo. También ha intentado crear un nuevo marco estratégico para que los distintos agentes de la industria del turismo tengan herramientas para combatir este problema. Sin embargo, al tratarse de un mercado tan amplio y cambiante se debería seguir investigando acerca del tema. Por ello, se recomiendan tres futuras líneas de investigación. En primer lugar, dado que el presente estudio solo abarca hasta 2023, se deberían realizar estudios sobre esta problemática de manera periódica, ya que el turismo es un sector en continua evolución muy sensible a situaciones externas. En segundo lugar, futuras investigaciones podrían realizar un análisis más exhaustivo sobre casos de éxito reales por todo el mundo, y también se debería estudiar la viabilidad de su implementación en España.

## 7. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

**ADVERTENCIA:** Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Isabel Lantero Hernández, estudiante de Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas, y Análisis de Negocios (E-2 + Analytics) de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado " La estacionalidad turística en España: tendencias, impacto en el empleo, y líneas de acción", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir "no he usado ninguna"]:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 20 de marzo de 2024

Firma:  \_\_\_\_\_

## 8. Bibliografía

- AEMET. (2022). *Agencia Estatal de Meteorología*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de [https://www.aemet.es/es/datos\\_abiertos/estadisticas/estadistica\\_meteorofenologicas](https://www.aemet.es/es/datos_abiertos/estadisticas/estadistica_meteorofenologicas)
- Almonte, J. M. J., & García, F. J. P. (2016). Población y turismo rural en territorios de baja densidad demográfica en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos españoles*, (71), 247-272
- Andrew, N. (2021). *How to Maximize the Value of Tourism Shoulder Season*. Blend Marketing. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://blend.travel/blog/how-to-maximize-value-tourism-shoulder-season/>
- Banco Mundial. (2023). *The World Bank*. Recuperado el 15 de febrero de 2024 de <https://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CN?locations=ES>
- Banco Santander (2023). *¿Qué es un contrato de trabajo fijo discontinuo y cómo funciona?* Banco Santander. Recuperado el 1 de febrero de 2024 de [www.bancosantander.es/blog/cuentas-tarjetas/contrato-fijo-discontinuo-que-es-como-funciona](http://www.bancosantander.es/blog/cuentas-tarjetas/contrato-fijo-discontinuo-que-es-como-funciona)
- Bartual Bardisa (2024): Benidorm apuesta por la temporada baja y mantiene el 77,7% de sus hoteles abiertos. *TodoAlicante*. Recuperado el 3 de marzo de 2024 de <https://www.todoalicante.es/economia/benidorm-apuesta-temporada-baja-20240118121849-nt.html>
- Caballero, J., Constantin, M., Köpke, S., & Riefer, D. (2023). Próxima parada para la excelencia turística española: turismo sostenible. *McKinsey & Company*. Recuperado el 23 de diciembre de 2023 de <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/next-stop-for-spanish-tourism-excellence-sustainability>
- CaixaBank Research. (2019). Turismo: Hacia un sector turístico más sostenible y de mayor calidad. *CaixaBank Research*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.caixabankresearch.com/es/turismo/julio-2019/turismo-sector-turistico-mas-sostenible-y-mayor-calidad>
- CaixaBank Research. (2023a). Agroalimentario: El sector se abre paso en una coyuntura adversa. *CaixaBank Research*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.caixabankresearch.com/es/agroalimentario/octubre-2023/agroalimentario-sector-se-abre-paso-coyuntura-adversa>
- CaixaBank Research. (2023b): Turismo. Nueva etapa del sector turístico español. *CaixaBank Research*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.caixabankresearch.com/es/turismo/julio-2023/turismo-nueva-etapa-del-sector-turistico-espanol>
- CaixaBank Research. (2024). Turismo: Sector turístico español: dinamismo en 2023, fortaleza en 2024. *CaixaBank Research*. Recuperado el 2 de marzo de 2024 de <https://www.caixabankresearch.com/es/turismo/enero-2024/turismo-sector-turistico-espanol-dinamismo-2023-fortaleza-2024>

- Campos, A., & Catalán, D. (2019). Turismo doméstico: como en casa, en ningún sitio. *CaixaBank Research*. Recuperado el 25 de febrero de 2024 de <https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/turismo/turismo-domestico-como-casa-ningun-sitio>
- Corluka, G. (2019). Tourism seasonality—an overview. *Journal of Business Paradigms*, 4(1), 21-43.
- Elton, C. (2022): Spain, Greece, Turkey: Most Brits think holiday hotspots will be ‘too hot’ to visit by 2027. *Euronews*. Recuperado el 18 de enero de 2024 de <https://www.euronews.com/travel/2022/09/22/spain-greece-turkey-most-brits-think-holiday-hotspots-will-be-too-hot-to-visit-by-2027>
- Eurostat. (2022). *Eurostat*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Eurostat. (2023). *Eurostat*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Expansión. (2023). España - Turismo internacional. *Expansion*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana>
- Exceltur. (2023). PIB Turístico Español. *Exceltur*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>
- Feliu Fuster, J.C. (2020). *El turismo de negocios como tipología turística desestacionalizadora*.
- Fernández, J.L. (2022). Viajes del Imsero 2022-2023: cómo inscribirse y precios de los hoteles de Benidorm. *Diario ABC*.
- Fischer, A. (2022). *Así era «Spelunca», la ostentosa villa de descanso del emperador Tiberio*. National Geographic. Recuperado el 15 de febrero de 2024 de <https://www.ngenespanol.com/traveler/asi-era-spelunca-la-ostentosa-villa-de-descanso-del-emperador-tiberio/>
- García, J. (2024). *Así eran las vacaciones en la Roma antigua*. National Geographic Recuperado el 15 de febrero de 2024 de [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/asi-eran-vacaciones-roma-antigua\\_13382](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/asi-eran-vacaciones-roma-antigua_13382)
- González Jiménez de la Espada, G. (2013). Evolución y retos del sector hotelero en España.
- González, P. E. G., & Mendoza, J. R. R. (2014). *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria
- Instituto Nacional de Estadística (2022). *INE*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.ine.es/index.htm>
- Instituto Nacional de Estadística (2023). *INE*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.ine.es/index.htm>
- Jiménez, A.M., (2023). *Se iban de vacaciones los romanos?* Cultura Clásica. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://culturaclasica.com/se-iban-de-vacaciones-los-romanos/>

- La Moncloa. (2023). Uno de cada cuatro nuevos empleos creados en la economía española está vinculado al turismo. Recuperado el 20 de octubre de 2023 de <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/090823-nuevos-empleos-vinculados-turismo.aspx>
- López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2006). La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística. *Revista de estudios regionales*, (77), 75-106
- López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2007). Variabilidad estacional del mercado turístico en Andalucía. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(2), 150-172.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, UK.
- Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2023). La organización del curso escolar en Europa en Educación Primaria y Secundaria. *Eurydice*. Recuperado el 20 de febrero de 2024 de <https://www.educacionyfp.gob.es/mc/redie-eurydice/datos-cifras-europeos/curso-europa-primaria-secundaria.html>
- Ministerio de industria y turismo. (2023). Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2023/Paginas/Datos-de-Frontur-y-Egatur-del-INE.aspx>
- Montero, H. (2023): El Consejo Mundial de Viajes y Turismo cree que España seguirá ganando turistas pese a la inflación. *La Razón*. Recuperado el 25 de febrero de 2024 de [https://www.larazon.es/economia/consejo-mundial-viajes-turismo-cree-que-espana-seguira-ganando-turistas-pese-inflacion\\_202311026543d27332499c0001b6cead.html](https://www.larazon.es/economia/consejo-mundial-viajes-turismo-cree-que-espana-seguira-ganando-turistas-pese-inflacion_202311026543d27332499c0001b6cead.html)
- Montes O'keeffe, R. (2017). Estacionalidad en el sector hotelero español.
- Moore, T.W. (1989). *Handbook of Business Forecasting*, Gower, London.
- Nexotur. (2024). *Palma de Mallorca cierra 2023 como referente del turismo de congresos*. *Conexo*. Recuperado el 3 de marzo de 2024 de <https://www.nexotur.com/noticia/121795/conexo/palma-de-mallorca-cierra-2023-como-referente-del-turismo-de-congresos.html>
- Núñez Meroño, V. E. (2023). *Evolución e importancia económica del turismo internacional en España*.
- Observatur. (2023). *Observatur*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.observatur.es/informes/>
- OECD (2022). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Turismo Rural*. Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

- Organización Mundial del Turismo. (2023). Glosario de términos de turismo. Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ostelea Tourism Management School. (2022). ¿Qué es la estacionalidad turística y cómo combatirla? *Ostelea Tourism Management School*. Recuperado el 15 de febrero de 2024 de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-es-la-estacionalidad-turistica-y-como-combatirla>
- Page, D. (2023). La reforma laboral hunde la temporalidad en el turismo en pleno récord de empleo. *El Periódico de España*. Recuperado el 21 de octubre de 2023 de <https://www.epe.es/es/activos/20230121/reforma-laboral-temporalidad-turismo-record-empleo-81451049>
- Peñalver, J.L. (2023): Mallorca: diversificar como medio para desestacionalizar. *Hosteltur*. Recuperado el 3 de marzo de 2024 de [https://www.hosteltur.com/156645\\_mallorca-diversificar-como-medio-para-desestacionalizar.html](https://www.hosteltur.com/156645_mallorca-diversificar-como-medio-para-desestacionalizar.html)
- Polat, H. A., & Arslan, A. (2019). The rise of popular tourism in the Holy Land: Thomas Cook and John Mason Cook's enterprise skills that shaped the travel industry. *Tourism Management*, 75, 231-244.
- Ponferrada, M. L. V. (2015). Evolución del turismo en España: el turismo cultural. *International journal of scientific management and tourism*, 1(4), 75-95.
- Pulgarín, E. A. R. (2011). Clases y tipos de turismo según actividades desarrolladas. *Revista vinculando*, 12(1), 98-104.
- Ramón, A. B., & Abellán, M. J. (2014). Estacionalidad de la demanda turística en España. *Papers de turisme*, (17), 45-73.
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*.
- Servicio Público de Empleo Estatal (2023). El empleo en el sector del turismo en España: situación y tendencia. *Servicio Público de Empleo Estatal*.
- Táboas, D. L. (2022). El experimento franquista de turismo social: la obra sindical de educación y descanso de la posguerra al desarrollismo (1939-1962). *Estudios Turísticos*, (223), 141-164.
- TURESPAÑA. (2023). Empleo en turismo. *Instituto de Turismo de España*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://conocimiento.tourspain.es/export/sites/conocimiento/.content/Informes/afiliacion/2023/empleo-turismo-afiliacion-ss-08-2023.pdf>
- Valiente, G. C., Forga, J. M. P., & Romero, A. B. (2016). Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (71).

Woetzel, L., Pinner, D., Samandari, H., Engel, H., Krishnan, M., Vasmel, M., & Von der Leyen, J. (2020). ¿Una cuenca mediterránea sin clima mediterráneo? *McKinsey Global Institute*. Recuperado el 10 de febrero de 2024 de <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/a-mediterranean-basin-without-a-mediterranean-climate/es-ES>

## 9. Índice de tablas y figuras

Tabla 1: Sectores que abarca el empleo turístico

Gráfico 1: Número de turistas en España según su origen

Gráfico 2: Impacto del Covid-19 en el PIB y en el empleo en España

Gráfico 3: Estimación del PIB turístico real para 2024

Gráfico 4: Gasto turístico según el origen del turista

Gráfico 5: Gasto turístico según el destino el turista

Gráfico 6: Gasto turístico según el destino el turista

Gráfico 7: PIB turístico y su aportación al PIB de la economía

Gráfico 8: Empleo turístico y su aportación al empleo total

Gráfico 9: Comparación del gasto turístico emisor y del gasto turístico receptor

Gráfico 10: Personas ocupadas por rama de empleo turístico en 2022

Gráfico 11: Comparación del crecimiento del empleo turístico frente al crecimiento de la economía

Gráfico 12: Número de turistas en España según mes del año

Gráfico 13: Tasa de ocupación hotelera según mes del año

Gráfico 14: Variación interanual de salarios en el sector turísticos

Gráfico 15: Afiliados al sector turístico por mes

Gráfico 16: Las vacaciones y las temperaturas como causas de la estacionalidad

Gráfico 17: Número de establecimientos turísticos abiertos y número de asientos ofertados en vuelos internacionales a España en 2023

Gráfico 18: Número de turistas y tasa de ocupación hotelera en España en 2023

Gráfico 19: Evolución de las pernoctaciones en establecimientos turísticos entre junio y septiembre respecto al total del año

Gráfico 20: Estacionalidad del turismo según el origen del turista

Gráfico 21: Estacionalidad del turismo según el destino del turista



Gráfico 22: Estacionalidad del turismo según el motivo principal del viaje

Gráfico 23: Estacionalidad del turismo en la UE según la edad del turista

Gráfico 24: Distribución de la estacionalidad y concentración del turismo según la provincia

Gráfico 25: Tasa de desempleo en las Islas Baleares

Gráfico 26: Tasa de temporalidad del empleo turístico

Gráfico 27: Tasa de contratos parciales del empleo turístico frente al empleo total

Gráfico 28: Contratos parciales según la voluntad del empleado

Gráfico 29: Nivel de formación de los trabajadores del sector turístico y del total de la economía

Gráfico 30: Variación del personal empleado en hoteles entre enero y agosto de 2023

Gráfico 31: Estacionalidad del gasto turístico rural y del VAB del sector primario