

ANEXOS. TURISMO URBANO EN ESPAÑA. DESARROLLO FUTURO. ESTRATEGIAS PARA SU OPTIMIZACIÓN

1.- Metodología propuesta para el desarrollo de la investigación

- Estudio de fuentes secundarias: encuestas
- Trabajos estadísticos disponibles sobre la evolución del turismo urbano (revisión de fuentes generales, OMT, OCDE, Instituciones empresariales WTCC, etc.)

2.- Análisis y verificación estadística de la realidad actual del turismo urbano en España

- Fuentes primarias consultadas (INE, CCAA, Universidades, fundaciones y asociaciones, empresas especializadas y otras estadísticas analizadas)
- Resultados críticos de la investigación
- Recomendaciones deducidas y prácticas estadísticas requeridas para el estudio y ordenación del turismo urbano
- Modelo de análisis estadísticos. Propuesta de cuadro estadístico

3.- Estudio y descripción de la capacidad actual de atracción de Madrid, como destino de turismo urbano

- Valoración estadística del turismo urbano en Madrid. Período 2000/2018. Cuota relativa respecto al conjunto nacional
- La oferta actual. Características y desajustes
- Proyección posible con horizonte 2025. Tendencias potenciales
- Impacto económico y su relación con otras modalidades turísticas

4. - El turismo urbano en cinco ciudades europeas competidoras con Madrid

- Ámsterdam, Londres, Múnich, París y Roma. Características básicas. Modelos genéricos del turismo urbano en el mundo. El sentido de lo universal, como factor de atracción
- Problemas y desajustes en las principales ciudades europeas. Potencialidad turística a corto y medio plazo. Crecimiento e influencia económica
- Cuadro relativo de indicadores. La historia, la tradición y el arte como tractores de una modalidad turística.
- Las nuevas formas del turismo urbano. La ciudad como punto de concentración. Aproximación a un horizonte potencial en las cinco ciudades estudiadas.

5 - Ofertas turísticas específicas de turismo en España

- Barcelona, y Valladolid por su proximidad al turismo MICE, impulsoras de un turismo empresarial
- Valencia y Málaga muestras de procesos de identificación con el turismo náutico
- Sevilla y Córdoba, motores de tradiciones y cultura
- Zaragoza y Bilbao ejemplos del desarrollo económico, como impulsores del turismo urbano
- Granada, Santiago de Compostela y Segovia destinos especializados en el turismo urbano histórico monumental

1.- Metodología propuesta para el desarrollo de la investigación

1.1 Estudio de fuentes secundarias: encuestas y trabajos estadísticos disponibles sobre la evolución del turismo urbano (revisión de fuentes generales, OMT, OCDE, instituciones empresariales, WTCC, etc.). Consideración fuentes primarias.

No existen dudas, cuando se afirma, que la elección y desarrollo de un riguroso método científico, así como su estricto cumplimiento, es una regla que avalará la calidad de cualquier trabajo. Por ello se ha acordado ser fiel con los contenidos metodológicos, ya que se considera, que el cumplimiento de las propuestas ha de garantizar el progreso, el tratamiento y la fidelización de los objetivos que se pretende alcanzar.

Los diferentes apartados de la investigación que ahora se presenta, se proyectan en tres partes secuenciales, que permiten desarrollar la investigación dentro de un orden preciso y establecido, que ayudará mejor a su comprensión.

- Redacción de las líneas determinantes del trabajo que se propone ofrecer. Realizada desde un enfoque iniciador introductorio. Que se compone de los capítulos introductorios 1, 2 y 3
- Búsqueda, tratamiento, y valoración de las fuentes primarias y secundarias tratadas y consideradas al efecto. De las que se deducen los contenidos e hipótesis de la investigación
- Desarrollo de la investigación. De la cual se deriva la propuesta para la mejora y puesta en valor de un plan de optimización del aprovechamiento más intenso del turismo urbano

Los tres capítulos introductorios desarrollados hasta ahora, desde la opinión de los redactores del informe, se consideran un análisis previo imprescindible. Considerándose, que las formulaciones realizadas, aun teniendo solo el objetivo de llevar a efecto un análisis preliminar de contenidos, presenta un avance importante, que facilitará mejor el proceso iterativo de la redacción final del Informe

Afirmación que se defiende, aunque se haya redactado y presentado dicha propuesta preliminar, antes de entrar en una valoración profunda, y en un manejo y aprovechamiento de la documentación previa encontrada. Ya que se considera dicha presentación, como una visión o avance previo suficientemente solvente. Y también, como una reflexión y formulación de antecedentes básicos. Considerando que de alguna manera esos antecedentes redactados con carácter provisional tendrán como fundamento ofrecer una visión primaria. Que ayude posteriormente, a un mejor entendimiento, así como a una propuesta de conceptos y consideraciones iniciales.

En consecuencia, la primera parte de del trabajo, tal como se ha señalado anteriormente, contiene tres capítulos introductorios. Redactados con base a la información existente y manejada con cierta inmediatez. Cuyas conclusiones han de entenderse provisionales.

- 1.- Conceptualización y visualización del turismo urbano
- 2.- Problemas, crisis, amenazas y efectos negativos de su expansión
- 3.- Beneficios y ventajas teóricas causadas por el desarrollo del turismo urbano.

Información que proyecta una visión muy preliminar desde la posición de los autores. De la cual se pueden extraer conocimiento de tres aspectos diferentes. Un concepto básico definitorio del turismo urbano. Una explicación descriptiva del alcance y límite de esa clase de turismo. Y un avance de los problemas y beneficios que puede causar el turismo urbano, desde la perspectiva personal de los redactores del trabajo.

Respecto al primer aspecto que se deduce del informe preliminar, redactado antes de llegar a este capítulo 4, se asume, como definición de turismo urbano: *al conjunto de elementos y factores que, en todo momento, en el ámbito de una ciudad, permitirá el disfrute de varias motivaciones turísticas, ofrecidas como recursos de atracción derivados de un viaje*. Limitándole al predominio de varias ofertas turísticas específicas.

Con relación al segundo aspecto -deducible del resumen inicial- es explicativo de los retos, peligros y desafíos que puede generar el turismo urbano, sino se ordena con suficiencia. Llegando la parte

preliminar a establecer ciertas consideraciones iniciales. En donde se pone de manifiesto, que siempre, el turismo urbano, como cualquier otra forma de turismo bien planeado, solo podrá provocar beneficios y efectos positivos.

Por último, como tercera presunción, resumen del capítulo tercero, se manifiesta el reconocimiento de los efectos positivos que causa el turismo urbano. Cuya ordenación y puesta en valor en cualquier destino turístico, podrá poner en valor sus capacidades y atracciones. Pero exigiendo al proceso de desarrollo, la aplicación de modelos y metodologías suficientemente ensayadas, aplicando criterios de proyección rigurosos.

Este proyecto de investigación por la insuficiencia de medios económicos de que dispone, para potenciar el presupuesto para su desarrollo, ha de limitar su investigación basada en fuentes primarias, a la realización de ciertas audiencias sectoriales que afecte a los grupos de decisión más significativos. A la realización también, de varios *Focus Group*. Y, por último, a la oportunidad de poder efectuar un número suficiente de entrevistas en profundidad, que permita conocer de manera actualizada las opiniones y puntos de vista de los responsables más característicos de esta modalidad turística (TURB). En principio no se dispone de presupuesto para realizar encuestas con mayor fundamento estadístico.

En consecuencia, con el fin de potenciar la información, se ha manejado una importante cantidad de textos, tesis, aportaciones bibliográficas y demás testimonios derivados de fuentes estadísticas, que han de ayudar a mejorar el conocimiento. Reflejándose en este epígrafe algunos de los textos redactados de otros autores. Señalándose a continuación título, nombre del autor y breve resumen de la fuente.

Investigación pluridisciplinaria sobre el turismo urbano. George Cazes

El profesor Cazes se plantea cinco preguntas básicas con objeto de estudiar en profundidad el desarrollo del turismo urbano: ¿Es el turismo urbano tan "joven"? ¿Existe realmente un carácter específico del turismo urbano? ¿Es la ciudad un producto (turístico)? ¿Es el turismo urbano "rentable"? ¿Es el turismo urbano inofensivo? Y programa para Francia una investigación sobre el turismo urbano.

El desarrollo turístico en Cancún, Quintana Roo y sus consecuencias sobre la cubierta vegetal. Graciela Pérez Villegas y Eurosía Carrascal

El presente estudio analiza el desarrollo del complejo turístico de Cancún, desde su creación, a principios de los años setenta, hasta la actualidad en que presenta una notable expansión. Evalúa en forma cuantitativa la alteración de los valores escénicos naturales, especialmente el impacto sobre la vegetación, perturbada en una gran parte de la superficie considerada. Enfatiza, por otro lado, el riesgo que representa la excesiva ocupación del turismo sobre los ecosistemas del espacio geográfico estudiado.

El turismo urbano como estrategia de desarrollo sostenible. Análisis de cuatro ciudades andaluzas María del Mar Galán Jiménez

La finalidad de la investigación era conocer opiniones, percepciones y políticas desarrolladas por los agentes turísticos locales, con el doble propósito de:

- i.- Cubrir las lagunas existentes en el estudio cualitativo de los motivos y estrategias de actuación de los agentes de la oferta turística local.
- ii.- Constatar si en estas ciudades se aprecia la aplicación efectiva, tanto de las recomendaciones de planificación y gestión del desarrollo turístico expuestas a lo largo de la tesis, como de las conclusiones derivadas de la investigación teórica.

Análisis del turismo urbano como sistema funcional. Caso de estudio: Turismo urbano en Quito. Stefany Liceth Cabrera Pérez. Máster

El turismo urbano se ha posicionado como una actividad clave en la economía mundial, su capacidad para generar empleo y su innegable influencia sobre otros sectores productivos, son factores que conciben un planteamiento de análisis respecto a una realidad turística, la presente investigación busca estudiar al turismo urbano desde una perspectiva sistémica, aplicada a un caso de estudio en específico. Teniendo en cuenta que la ciudad de Quito posee

un valioso patrimonio cultural y un gran potencial turístico que necesita ser desarrollado, se convierte en un escenario idóneo para la aplicación del sistema funcional de turismo urbano, del diagnóstico de este análisis se identifica el desarrollo de su actividad, el entorno en el que opera, las nuevas exigencias de la demanda, se determina el potencial turístico de la ciudad y la conveniencia de su implementación. Finalmente, la evaluación de cada uno de los componentes que interactúan en su sistema permite detectar segmentos críticos y posibles limitaciones existentes en la ciudad, que ayudan a la formulación de reflexiones estratégicas.

Factores psicosociales y formación de imágenes en el turismo urbano: un estudio de caso Madrid. José Manuel Castaño, Alfredo Moreno y Antonio Crego (URJC)

Este artículo trata de analizar la influencia de diversos factores psicosociales sobre la imagen que los visitantes tienen de un destino, en donde se analizaron las respuestas que dieron a dos muestras compuestas de cuestionarios (N= 1200 y 2000) que se encontraban en entornos significativamente turísticos de Madrid

El turismo urbano, nuevos retos para las ciudades: movilidad urbana y convivencia entre los actores que participan en ellas, The Ostelea School of Tourism end Hospitality

El debate político sobre la gestión de las ciudades turísticas se ha vuelto de vital importancia para los policymakers. Los viajes por motivos de negocio representan uno de los segmentos en auge del turismo urbano. Los retos del turismo urbano pasan por el replanteamiento de la movilidad urbana y asegurar la convivencia de los actores que participan en ella. Desde los años '80 se ha producido una paulatina turistificación de las ciudades y la urbanización de la experiencia turística. El atractivo de las urbes ha propiciado un cambio de concepto de *location a destination* en el que se habla (Mullins, 1997) de urbanización del turismo. Este cambio en la economía política de las ciudades ha ido acompañado de transformaciones regulatorias con las que llevar a cabo una reestructuración espacial y simbólica de las ciudades contemporáneas. En este marco, es necesario entender el boom del turismo urbano y de la propia ciudad como atractivo turístico. A través de este análisis será más fácil comprender cómo las ciudades se han vuelto turísticas gracias a productos urbanos (reducción de costes de movilidad o circuitos turísticos)".

Ciudades y turismo urbano: ¿una relación indestructible? The Ostelea School of Tourism end Hospitality

Actualmente resulta de vital importancia para los policymakers alimentar el debate político sobre la gestión de las ciudades turísticas contemporáneas y, por ello, orientar la planificación urbana hacia nuevos modelos de gobernanza y de convivencia entre los diferentes usuarios y fuerzas que actúan en la ciudad contemporánea: flujos turísticos, residentes temporales y permanentes, estudiantes internacionales y commuters. Por todo ello, el reporte se centrará en la evolución del actual turismo urbano a partir del análisis de ciudades de tres países turísticos de Europa: España, Francia e Italia.

Turismo urbano y territorial: Almería modelo emergente J.E Rodríguez Vaquero

Tras intentar aclarar la controversia surgida en los últimos años con las tipologías de las modalidades turísticas, se pretende profundizar en el conocimiento de una de ellas: el turismo de ciudad o urbano, muy consolidada como el propio fenómeno turístico en las ciudades tradicionales y en las emergentes en otras. Se preocupa conceptualizar, utilizando para ella la percepción turística del territorio. Se analiza la evolución turística de los visitantes de las ciudades y se concluye en la necesidad de la gestión integrada de la actividad turística bajo el modo de vida urbano.

El turismo urbano como agente de transformación del "producto ciudad". Universidad Politécnica de Valencia

El paulatino incremento de la carga turística, el reforzamiento de la función político administrativa, el debilitamiento del centro histórico como espacio residencial, el agravamiento de los problemas relacionados con la movilidad, tanto para vecinos como para turistas, así como la conflictividad entre diversas funciones, plantean la necesidad de encontrar estrategias que alcancen nuevos equilibrios funcionales, con el fin de evitar que los espacios urbanos que

sufren la ocupación de los turistas no se conviertan en no-lugares que suponga la pérdida de identidad de nuestras ciudades.

La calidad y competitividad de los destinos turísticos urbanos. José M.G. Gándara

En este artículo se analizarán las características de la calidad de los destinos turísticos urbanos en general, considerando también la calidad de los atractivos turísticos y la calidad de los servicios de las empresas turísticas. Se analizará también el impacto de la calidad de los destinos turísticos en su competitividad. Esto permitirá comprender el papel de la calidad de los destinos turísticos de acuerdo a la imagen de estos destinos

Turismo urbano y cambio climático Informe Ministerio de Fomento

El turismo urbano europeo ha aumentado significativamente en los últimos 30 años. Según un informe de la Comisión Europea del año 2000, el turismo juega un papel estratégico en el planeamiento urbano. Las áreas urbanas tienen la necesidad de satisfacer las crecientes expectativas de los turistas, del desarrollo urbano y del bienestar de los ciudadanos. Los países europeos deben cooperar con el fin de mitigar y adaptarse a los efectos del cambio climático. Debido a la elección de los equipos de investigación desde el norte, suroeste y sureste de Europa, el proyecto incorpora diferentes áreas geográficas y climáticas, así como distintos mercados turísticos. Los estudios previos sobre el turismo y el clima han hecho hincapié en la necesidad de una perspectiva de investigación interdisciplinar, debido a la complejidad de las cuestiones relacionadas con el clima turístico. Los investigadores de este proyecto provienen de disciplinas académicas como la climatología urbana, geografía del turismo, psicología y planeamiento urbano y territorial.

La imagen de los destinos turísticos urbanos. José Manuel G. Gándara, Enrique Torres y Eduardo Jorge Costa

En este trabajo se analizarán las características de la imagen de los destinos turísticos en general y particularmente la de aquellos urbanos. Esto permitirá comprender mejor el papel de la imagen de los destinos turísticos, tanto en la comercialización de estos como en la satisfacción de los turistas. Se destacarán la importancia tanto de la calidad de los destinos como la de las acciones comunicativas, en la conformación de la imagen. Otro aspecto resaltado será la preocupación por identificar la percepción de la imagen bajo la óptica de los turistas. Palabras clave: imagen, calidad, acciones comunicativas, percepción, destinos turísticos urbanos.

También se está trabajando en las diferentes publicaciones que los organismos internacionales preocupado por el turismo, en estos momentos están realizando. Como ejemplo debe citarse a la OMT que en su encuesta OMT / IPSOS determina que los residentes locales tienen una percepción positiva del turismo urbano, y no negativa como algunos ejemplos de declaraciones locales manifiestan. Hecho que queda reflejado en el resumen: *Madrid (España) 3 de junio de 2019. Una encuesta global realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) e IPSOS muestra que los residentes tienen una percepción positiva sobre el turismo urbano. Al analizar 15 países en todo el mundo, la investigación también identificó cuáles son las medidas que los residentes consideran más adecuadas para gestionar un número creciente de turistas. Destacando además las diferentes actitudes hacia el turismo urbano, según grupos sociodemográficos.*

Entre ellas, tal como alguna otra institución manifiesta destacan las siguientes acciones:

- *Replantear la movilidad urbana*
- *Asegurar la convivencia entre los diferentes actores y grupos sociales que viven la ciudad*
- *Disminuir los efectos de la contaminación de los cruceros en ciudades del sur de Europa*
- *Reglamentar el sector de los alojamientos turísticos extra-hoteleros.*
- *Garantizar empleos dignos en el sector tales como guías, acompañadores y los trabajos en limpieza y mantenimiento en los establecimientos hoteleros*
- *Poner en marcha procesos participativos de gobernanza turística para la planificación, gestión y monitoreo de los modelos de ciudad del presente y del futuro.*

En el proceso señalado de la preocupación de la Organización por los efectos de los estrangulamientos de los que se acusa al turismo de ciudad, el Consejo Directivo ha publicado la nota: *que la OMT, junto*

con la World Tourism Cities Federation (WTCF) llevó a cabo el estudio sobre el comportamiento del turismo urbano OMT-WTCF con el objetivo de desarrollar una plataforma que muestre buenas prácticas sobre cómo mejorar el rendimiento del turismo urbano. Como resultado de esta iniciativa conjunta, en enero de 2018 se difundió una publicación sobre el mismo tema (disponible aquí). El estudio ha compilado ejemplos de 15 destinos urbanos distintos que representan a diferentes regiones, facilitando el análisis y la evaluación de un conjunto de criterios, y sirve como guía para los responsables públicos y los agentes locales del turismo en sus esfuerzos por mejorar el rendimiento, la competitividad y la sostenibilidad. Se celebraron dos talleres técnicos de apoyo, uno en Tianjin (China), 2 de septiembre de 2017 y otro en Buenos Aires (Argentina), 26 de septiembre de 2017, para discutir los resultados del estudio y formular recomendaciones para las ciudades sobre determinados aspectos clave relacionados con el rendimiento.

En esta primera fase de la investigación, hasta completar los capítulos 1, 2 y 3, considerada introducción previa del estudio se ha trabajado también bastante con documentación presentada ante sus consejos ejecutivos y órganos de gobierno, por otros organismos internacionales como la OCDE y la UE. Siempre con relación a los problemas suscitados por un crecimiento desordenado del turismo urbano, y fijando mejores procedimientos para aplicar estrategias eficientes de desarrollo turístico capaces de aminorar aquellas amenazas.

En ese entorno, la Comisión Europea ha manifestado por medio de un informe analítico, que el turismo urbano europeo ha aumentado significativamente, en los últimos 30 años. Según dicho informe la Comisión declara que desde el año 2000, el turismo juega un papel estratégico en el planeamiento urbano. Las áreas urbanas tienen la necesidad de satisfacer las crecientes expectativas de los turistas, del desarrollo urbano y del bienestar de los ciudadanos. El contenido del proyecto es motivo de gran preocupación para el conjunto de Europa. Los países europeos deben cooperar con el fin de mitigar y adaptarse a los efectos del cambio climático. Debido a la elección de los equipos de investigación desde el norte, suroeste y este.

Asimismo, del conjunto de la lectura y estudio del inventario de documentación de otras fuentes secundarias, se han extraído diferentes conclusiones, que han de ser consideradas como puntos de referencia sobre las posibles variaciones de los elementos y factores que podrán condicionar el turismo urbano en los próximos veinte años:

- *Es necesario investigar las actitudes de las personas, la conciencia, las emociones y conductas en relación con las consecuencias previsibles del cambio climático. Los participantes deben ser turistas, responsables de las tomas de decisiones y partes implicadas en la industria del turismo y el urbanismo. Por lo que se debería buscar respuesta a la pregunta ¿Por qué se relacionan los actores del turismo con el cambio climático?*
- *Se prevé que un aumento en la temperatura global golpee fuertemente las zonas urbanas, especialmente en el sur de Europa. Por el contrario, se espera que el turismo de verano e invierno en el norte de Europa se beneficie del cambio climático.*
- *El turismo es sensible al clima, pero tiene también un efecto sobre el cambio climático, a través de las emisiones de CO2. Es una intensa preocupación conocer ¿cómo afectarán los posibles cambios climáticos a las economías, vida cotidiana y medio ambiente de las ciudades europeas?*
- *Los estudios previos sobre el turismo y el clima han hecho hincapié en la necesidad de una perspectiva de investigación interdisciplinar, debido a la complejidad de las cuestiones relacionadas con el clima turístico. Los investigadores de este proyecto proceden de disciplinas académicas como la climatología urbana, geografía del turismo, psicología y planeamiento urbano y territorial.*
- *El turismo es sensible tanto a los factores coyunturales – como a las crisis económicas, atentados terroristas o las fluctuaciones de los precios de los combustibles -, como a factores a largo plazo, cambios estructurales profundos, como las transformaciones que pudieran derivarse del cambio climático.*
- *Como consecuencia, siendo uno de los mayores sectores de la economía, parece razonable que se preste mayor atención a los factores que podrían influir en las tendencias de la actividad del turismo y del planeamiento urbano. En especial influyendo en el turismo urbano (TURB).*

2.- Análisis y verificación estadística de la realidad actual del turismo urbano en España

2.1.- Fuentes primarias consultadas (INE, CCAA, Universidades, fundaciones y asociaciones, empresas especializadas y otras estadísticas analizadas)

El capítulo quinto está dedicado al estudio estadístico de la información que se ha registrado, sobre el peso del turismo urbano en las áreas territoriales y destinos, que se consideran determinantes en el desarrollo del turismo de España.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA EN MUNICIPIOS DE MÁS DE 100.000 HABITANTES

CIUDAD	HABITANTES	CIUDAD	HABITANTES
Madrid	3.223.334	Leganés	188.425
Barcelona	1.620.343	Donostia (SS)	186.665
Valencia	791.413	Getafe	180.747
Sevilla	688.711	Burgos	175.921
Zaragoza	666.880	Albacete	173.050
Málaga	571.026	Santander	172.044
Murcia	447.182	Castellón de L. P	170.888
Palma de Mallorca	409.661	Alcorcón	169.502
Las Palmas de G.C	378.517	La Laguna SCT	155.549
Bilbao	345.821	Logroño	151.113
Alicante	331.577	Badajoz	150.530
Córdoba	325.708	Huelva	144.258
Valladolid	298.866	Salamanca	143.978
Vigo	295.323	Marbella	141.463
Gijón	272.843	Lérida	137.856
Hospitalet de LL.	261.068	Dos Hermanas	133.168
Victoria - Gasteiz	249.176	Tarragona	132.299
La Coruña	244.850	Torrejón	129.729
Granada	232.208	Parla	128.256
Elche	230.625	Mataró	126.988
Oviedo	220.020	León	124.772
Tarrasa	218.535	Algeciras	121.414
Badalona	217.741	Santa Coloma G.	118.821
Cartagena	213.943	Cádiz	116.979
Jerez de la Frontera	212.879	Alcobendas	116.037
Sabadell	211.734	Jaén	113.457
Móstoles	207.095	Orense	105.505
Santa Cruz de T.	204.856	Reus	103.477
Pamplona	199.066	Telde	102.424
Almería	196.851	Orihuela	101.321
Alcalá de Henares	193.751	Baracaldo	100.435
Fuenlabrada	193.586	Gerona	100.266
TOTAL	14.375.189		4.417.337

Fuente: INE

Se comprueba del estudio demográfico de la población que está registrada que, en el conjunto de los 64 municipios con mayor número de habitantes, ese grupo, absorbe el 40 % de la totalidad de la población censada (47,021 millones de habitantes). Luego existe una gran concentración. Por otra parte, solo dos ciudades (Madrid y Barcelona) ofrecen un censo superior al millón de personas. Lo cual explica de alguna manera que nuestro país no se caracteriza por una alta densidad en numerosas ciudades.

Ahora bien, para estudiar el peso turístico de las grandes ciudades, identificadas con el turismo urbano, más que las pequeñas ciudades, que se identifican generalmente con el turismo de una o dos alternativas turísticas, se analizará la distribución del número de llegados como viajeros a los grandes municipios, destacados anteriormente

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE VIAJEROS EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LOS MUNICIPIOS CON MAYOR POBLACIÓN. VIAJEROS EN LOS HOTELES

Madrid	9.409.384	Leganés	155.000
Barcelona	7.656.747	Donostia	649.790
Valencia	1.799.574	Getafe	145.987
Sevilla	2.615.695	Burgos	300.320
Zaragoza	1.113.719	Albacete	192.898
Málaga	1.339.808	Santander	454.179
Murcia	459.752	Castellón	211.750
Palma Mallorca	1.990.095	Alcorcón	145.945
Las Palmas	392.635	La Laguna	237.000
Bilbao	923.563	Logroño	312.574
Alicante	818.700	Badajoz	191.446
Córdoba	1.014.998	Huelva	134.000
Valladolid	457.016	Salamanca	688.627
Vigo	420.921	Marbella	751.407
Gijón	414.318	Lérida	21.733
Hospitalet	511.234	Dos Hermanas	45.623
Victoria - Gasteiz	293.649	Tarragona	213.216
La Coruña	685.459	Torrejón	98.765
Granada	1.781.696	Parla	154.222
Elche	223.521	Mataró	155.432
Oviedo	481.424	León	405.802
Tarrasa	170.000	Algeciras	234.111
Badalona	165.000	Santa Coloma G.	145.287
Cartagena	307.695	Cádiz	234.892
Jerez de la Frontera	327.435	Alcobendas	87.431
Sabadell	190.876	Jaén	77.534
Móstoles	177.671	Orense	126.210
Santa Cruz de T.	237.000	Reus	65.478
Pamplona	376.198	Telde	55.123
Almería	341.090	Orihuela	55.897
Alcalá de Henares	270.053	Baracaldo	78.452
Fuenlabrada	186.456	Gerona	291.499
	37.553.382		7.117.630

Fuente: Elaboración propia. INE. Encuesta de ocupación hotelera

Total, de viajeros que hicieron turismo en los hoteles en el año 2018, 105,3 millones. Absorbiendo las llegadas a los 64 municipios mayores el 42,36 % del total.

Con el fin de recopilar diferentes informaciones sobre la caracterización e influencia del turismo en diferentes municipios representativos de España, se ha tomado una muestra representativa de la demanda turística, con relación a un conjunto de municipios. Primero desde un enfoque genérico considerando los 64 que superan cada uno de ellos la cifra de 100.000 habitantes. Y desde otro enfoque, de aquellos que absorben el mayor número de viajeros y que superen la visita de 500.000 llegadas al año. En este caso 30 destinos, que equivalen medidos en términos de viajeros, al 49 % del total.

MUNICIPIOS ESPAÑOLES QUE RECIBEN AL AÑO MÁS DE UN MILLÓN DE VISITANTES O VIAJEROS

MUNICIPIOS	VIAJEROS	POBLACIÓN	RTVP1
	MILLONES	MILLONES	
Madrid	9,410	3,223	2,92
Barcelona	7,660	1,620	4,73
Sevilla	2,620	0,689	3,80
Benidorm	2,070	0,068	30,64
Palma d M.	1,990	0,410	4,86
Valencia	1,800	0,791	2,27
Granada	1,780	0,232	7,67
S. B. Tirajana	1,660	0,054	30,98
Calviá	1,390	0,049	28,18
Adeje	1,350	0,047	28,55
Málaga	1,330	0,571	2,33
Salou	1,310	0,027	48,93
Zaragoza	1,110	0,667	1,66
Lloret Mar	1,060	0,037	28,38
Córdoba	1,020	0,326	3,13
Pájara	1,020	0,021	49,66
Dieciséis municipios	38,58	8,830	4,37

Fuente: INE y elaboración propia. RTVP1 Ratio viajeros/población

El cuadro anterior explica, que 16 municipios turísticos españoles conformados en una muestra reciben a 38,58 millones de turistas. Viajeros que llegan a dichos destinos por diferentes modalidades o peculiaridades. Entre ellas por afición al turismo urbano, o por otra clase de turismo, según el perfil del municipio visitado. Es decir, pocos municipios reciben a una parte significativa de la población turística contabilizada. Por ello, solo 16 municipios sobre 8.125 municipios reconocidos en España registran un número de llegadas igual a 38,58 millones de viajeros. O lo que es lo mismo, 4,37 viajeros por habitante de cada destino.

En dicho 38,6 % de la demanda, se integran todos los visitantes procedentes de viajes de residentes en España (turismo interior), más la parte proporcional de los procedentes del exterior. Ahora bien, si se contabiliza la población residente que habita en dichos municipios base del estudio (8,83 millones), dicha cifra de personas solo llegaría al 18 % de la totalidad de los residentes en el conjunto del estado. Por ello, se pretende aclarar la elevada relación turista/residente que se produce, ya que la relación que se obtiene en el grupo analizado, en el cuadro anterior se eleva a 4,37 viajeros atendidos por un residente. De todos modos, hay que considerar, que el dato para el conjunto de España ofrece una relación de 2,27 habitantes por viajero hotelero, llegado al conjunto de dichos establecimientos.

No obstante, como contraste puede observarse, que una valoración más sensible y ajustada a la realidad, con supuestos de menor dimensión, puede ofrecer información muy interesante, para discernir o contrastar la influencia del turismo, en el dimensionamiento de los distintos municipios. Pero se aprecia, que en un conjunto de pequeños municipios que se han muestreado, para el estudio de la

relación viajeros/población local, se observa, que la amplitud de aquellos y la población que habita en ellos, no son los factores influyentes que más repercuten en el número de turistas. Esa dependencia se ajusta más a la caracterización turística que se le pueda reconocer.

MUNICIPIOS ESPAÑOLES QUE RECIBEN AL AÑO ENTRE UNO Y MEDIO MILLÓN DE VISITANTES

MUNICIPIOS	VIAJEROS MILLONES	POBLACIÓN MILLONES	RTVP2
Torremolinos	0,93	0,068	13,62
Bilbao	0,92	0,346	2,66
Santiago C.	0,84	0,096	8,71
Alicante	0,82	0,332	2,47
Marbella	0,75	0,141	5,30
Arona	0,77	0,079	9,69
Yaiza	0,69	0,016	42,36
Salamanca	0,69	0,144	4,79
Toledo	0,62	0,084	7,38
Puerto de la Cruz	0,61	0,030	20,01
Benalmádena	0,59	0,068	8,71
Mogán	0,58	0,020	29,51
S.L. Cardessar	0,57	0,008	67,82
Alcudia	0,54	0,020	27,28

Fuente: INE y elaboración propia-RTVP2 Ratio viajeros/población

En el cuadro estadístico construido con información del INE se extrae el reconocimiento, de que 9,92 millones de viajeros son atendidos, con relación a la información que ofrece el conjunto del cuadro estadístico solo por 2,06 millones de habitantes locales. Es decir, la relación resultante será igual a 4,82.

De los dos cuadros que se resumen, de la información descrita por sus indicadores finales (RTVP1 Y RTVP2) se aprecian varios hechos que deben de ser resaltados.

- Ni la dimensión por número de habitantes, ni por número de llegadas, explica la elevada relación entre viajeros y población local.
- Se observa gran disparidad en los resultados, debido más a diversas variables técnicas y turísticas, que implícitamente se encuentran en el cuadro explicativo
- Los RTVP1 más elevados corresponden a Salou (48,93) y a Pájara (49,66)
- Los RTVP2 más elevados corresponden a Yaiza (42,36) y San Lorenzo de Cardessar (67,82)
- Por el contrario, los RTVP1 inferiores se deben a la menor influencia turística de los municipios resultantes: menos visitantes y más población relativa (Zaragoza, Valencia, Málaga y Madrid)
- Por la misma razón respecto a los RTVP2 se observa los indicadores de valores menores en Alicante y Bilbao

2.2.- Resultados críticos de la investigación

En el desarrollo de la investigación -y antes de que se manifiesten problemas de análisis y dudas sobre la consistencia de los resultados- se hace necesario plantear un conjunto de premisas, que permitan el logro de una mayor convicción y fortaleza en la interpretación de los significados defendidos. Y el primero de aquellos que plantea la necesidad de una valoración científica es el mismo concepto de turismo urbano, que se ha emitido desde el comienzo del trabajo.

a. Crítica y valoración del concepto de turismo urbano

Tal como se ha expresado en capítulos anteriores, se ha de entender el turismo urbano **como el conjunto de elementos y factores que, en todo momento, en el ámbito de una ciudad, permitirá el disfrute de varias motivaciones turísticas, ofrecidas como recursos de atracción derivados de un viaje**. Asimismo, hemos afirmado, que su realización debe concretarse en un espacio urbano. Siempre que este influido de modo decisivo por la llegada de viajeros. Que habrán de identificar el disfrute de los recursos ofrecidos como una práctica turística.

La primera concreción que destaca la cita es que el turismo urbano equivale a la utilización o consumo de elementos y factores. Que tras su consumo permiten la satisfacción proporcionada por la vivencia de un acto turístico. Es decir:

- Se extiende al disfrute del uso de bienes y servicios
- Se produce en el ámbito de la ciudad
- Se materializa por medio de la oferta de prácticas turísticas
- Se deriva necesariamente del acto de viajar

Cuatro condiciones que no admiten criterios críticos en el reconocimiento de actitudes beligerantes, respecto al hecho de viajar. Uno, disfrute de bienes y servicios; dos, se vive en el entorno de una ciudad, tres requiere previamente la acción de una oferta, y cuatro, no puede tener sentido, si antes el ciudadano de X, no se ha trasladado a Z, sin importar las razones y motivaciones del viaje.

El análisis del concepto traslada el análisis, forzosamente, a la necesidad estudiar los contenidos que permiten deducir la valoración de aquellos:

- Los bienes y servicios pueden estar estrictamente ligados a motivaciones viajeras y también a otras muchas que no tienen nada que ver con los viajes
- Las características de la ciudad (dimensión, historia, antigüedad, localización, etc.) no han de definir o establecer su naturaleza de turismo urbano (TURB)
- La oferta que se predispone en la ciudad, para el uso y disfrute de los ciudadanos viajeros pueden proyectarse exclusivamente, para el turismo de ciudad o para cualquier otra modalidad turística
- El turismo urbano, como cualquier otro turismo, establece como obligación inmediata y necesaria la naturaleza viajera de quién se desplaza. Es decir, sino hay desplazamiento, no hay turismo

Ello permite destacar como ejemplo, las ambivalencias alternativas que se producen en las cuatro clases de tipologías. El TURB puede consumir toda clase de bien o servicio existente en el mercado. Hay turismo urbano en grandes ciudades y también en pequeñas. Las características de la oferta existente en la ciudad pueden servir para cualquier forma de turismo. Por último, el cuarto condicionante, la acción de viajar, es común en todos los casos a cualquier clase de turismo.

b. Características que explican el concepto y contenidos del turismo urbano

Tres peculiaridades se destacan en este punto, como elementos que describen los aspectos constitutivos del turismo urbano. Y que se refieren a las características que lo identifican y configuran:

- No será la modalidad turística hegemónica el elemento que caracterice la clase de turismo. Debiéndose interpretar el turismo urbano, solo aquel, que adquiere tal concepción, porque se desarrolla en la ciudad (grande o pequeña). Sin importar la naturaleza de las modalidades turísticas practicadas. Siendo la única restricción asumida, que su realización se produzca en la ciudad.
- Por otra parte, será la práctica turística predominante la que caracterizará la clase de turismo que corresponda a un destino. Como consecuencia, la modalidad que alcance el mayor porcentaje relativo de llegadas a la ciudad, le corresponderá la valoración más alta, como clase de turismo predominante.
- Asimismo, se identificará como turismo urbano, en el proceso de valoración de la clase de turismo predominante, aquella agregación de modalidades que supere sobre la totalidad de llegadas el 50 %. Por lo que el cálculo se realizará agregando los porcentajes de cada grupo según la naturaleza de las clases de turismo

Para interpretar mejor el planteamiento presentado, se realizará un supuesto aproximado - asumido como ejemplo- para el estudio de tres casos, de tres municipios caracterizados, por la coincidencia de presentar grupos de modalidades diferenciadas.

ALTERNATIVAS DE TURISMO PREDOMINANTES Y DELIMITACIÓN DE LA CLASE DE TURISMO URBANO

Barcelona (%)		Benidorm (%)		Madrid (%)	
Playa, litoral y náutica	23	Sol, playa y paisaje	85	Paisaje y sierra	7
MICE, Espectáculos	36	Parque Atracciones	10	Empresas administración	60
Naturaleza, rural	20	Paisajismo y Castillos	3	Cultura y arte	20
Cultura Otros	11	Tercera edad y otros	3	Deportes y otros	13
Alternativa	1	Alternativa	2	Alternativa	3

En el caso de Barcelona, es evidente, que la denominación que más se identifica con la caracterización de sus recursos y demandas, se aproxima a la alternativa 1. Ya que aquella coincide con los criterios de turismo urbano. Por corresponder el supuesto, a una ciudad. Y que alternativamente no alcance ninguna otra motivación el valor del 50 %.

En la segunda tipificación, el valor de Benidorm es absolutamente determinante. La cuota que se aplica al mayor valor turístico del municipio es 85 % del total. Correspondiente al turismo de sol y playa. Predominando de modo indiscutible una sola modalidad como explicativa del turismo del lugar. Que se corresponde por su propia naturaleza con una forma de turismo muy caracterizada, con una sola forma de turismo. En este caso, el turismo de sol y playa. Muy diferenciado del turismo urbano.

Y como tercera alternativa de calificación, se ha procedido a introducir en el análisis comparado que se realiza, el caso de Madrid. En el cual, el predominio de un conjunto de prácticas turísticas alcanza un valor del 60 %. Valor que impedirá que, en esa ciudad, se alcance la posibilidad de que otra alternativa ofrezca un valor por encima del 50 %. Aun buscando la agregación de diversas modalidades turísticas.

c. Negación del principio de que la concepción filosófica del turismo urbano se deba a que aquel se desarrolle exclusivamente en la ciudad.

No debe interpretarse de modo exclusivo la concepción e interpretación del concepto turístico, solo por el hecho de que se desarrolle en un núcleo urbano. En el planteamiento crítico anterior se manifiesta y se demuestra que tal consideración es falsa. Hecho fácilmente interpretable observándose como la condición de turismo urbano se extiende bastante más que la idea de que está absolutamente relacionado con la ciudad. Por tanto, se puede considerar de modo concreto, como aquella afirmación es incierta. Como consecuencia se puede afirmar:

- Si la distribución de las llegadas a un determinado municipio, que posee una estructura turística que ofrece el caso concreto de que la modalidad que integra las prácticas turísticas más afines con motivaciones propias de la ciudad (turismo de negocios, turismo médico, turismo cultural, turismo MICE, turismo deportivo, etc.) posee un valor superior al que corresponda a cualquier otra modalidad, es evidente que su identificación como urbano, se deberá al peso que posee en la estructura total de distribución y no a que se realice en una ciudad.
- De modo paralelo, cuando el peso de las actividades turísticas más relacionadas con la ciudad alcanza un valor superior al 50 % del total, por esa sola razón hará inalcanzables las agregaciones posibles entre el resto de la mitad de las llegadas. Ya que su identificación con el turismo urbano, no se deberá especialmente a que se desarrolle en una gran ciudad. Si no a que su menor peso sobre la totalidad de llegadas impide el predominio de otra forma de turismo, tales como el rural, o el especializado en prácticas de sol y playa. Que quedarán como prácticas minoritarias.
- Por último, la explicación de que no hay que entender exclusivamente, la naturaleza del turismo urbano, por el único hecho de que aquel siempre se ha de desarrollar en la ciudad, sino a que se debe a otras razones que se pueden comprender mejor. Por ello, no será válida aquella apreciación

cuando se constate en algún caso concreto, que el predominio de una modalidad o motivación turística se debe, a que se ha procedido a realizar una integración de diferentes clases de turismo, cuyo valor agregativo, supere el 50 por ciento. Por lo cual la naturaleza de lo urbano, no se deberá a que la práctica turística se realiza solo en la ciudad. Sino a que su desarrollo se promueve, en el lugar en donde la suma de actividades supera la mayoría.

Desde otro enfoque, e interpretando a otros especialistas, una consideración más genérica del concepto y dependencias del turismo urbano, diferente a la que se deriva de la clasificación según la práctica realizada o modalidad turística dominante, identifica al turismo urbano, de modo más simplista. Identificando al turista urbano como aquel que busca los atractivos que le ofrece la ciudad como prioridad: visitas a edificaciones de todo tipo (museos, rascacielos, templos religiosos, monumentos, etc.), asistencia a eventos masivos con alta concurrencia de personas, (conciertos, festivales, desfiles, convenciones, exposiciones, etc.) y de manera muy específica la oferta de la vida nocturna para el esparcimiento, encontrándose estrechamente vinculado al turismo cultural.

El turismo urbano también contempla la naturaleza en el interior de los parques urbanos y de otros tipos de áreas verdes dentro de los límites de una ciudad. Asimismo, existe también un tipo de turismo urbano que se desarrolla en paralelo al turismo de compras, donde personas de localidades más pequeñas, de las zonas rurales o incluso de países limítrofes cercanos a las zonas fronterizas, acuden a los centros comerciales de las áreas metropolitanas más cercanas.

d. La posible mayor crítica que puede hacerse al concepto turismo urbano coincide con su identificación con un movimiento turístico desarrollado solo en las grandes ciudades

En el análisis de críticas y falta de acuerdo con el concepto de turismo urbano, sin duda destaca la exclusividad dada de dicha modalidad turística, a la que se realiza en la gran ciudad. En los epígrafes anteriores se señalaba que podía aceptarse dicho concepto en ciertas ocasiones, cuando estaba muy condicionado por la influencia de la ciudad.

Pero no siempre, ya que se entendía también, entre otras formas de turismo urbano, aquel que se proyectaba por integrar en una determinada ciudad diferentes formas de turismo. No coincidentes de manera absoluta con la gran ciudad. En especial, cuando aquel se constituía por una agregación de reducidas presencias de modalidades turísticas. Siempre que superará en porcentajes, el peso que pudiera existir en otras formas y motivaciones muy definidas, tales como el turismo de sol y playa, o el turismo rural o de naturaleza.

Tal complejidad, necesariamente nos obliga a interpretar y aceptar como mínimo, la existencia de ocho clases genéricas de modalidades, motivaciones o prácticas turísticas. Que por sí mismas constituyen formas muy definidas de turismo, distantes y diferenciadas del turismo urbano.

MODALIDADES, MOTIVACIONES, DEMANDAS Y PRÁCTICAS TURÍSTICAS

Turístico en el litoral marítimo	Náutico y crucerismo
Toda forma de aprovechamiento lúdico del sol y el espacio litoral (baño, natación, submarinismo, surf, etc.)	Navegación en yate y grandes cruceros, realizando itinerarios a históricos puertos y ciudades monumentales
Paisajismo y naturaleza	Rural y gastronomía
Recorridos naturalistas, disfrutando del senderismo, escalada y visita a parques protegidos y a reservas de la biosfera	Ecoturismo, vivencias con las prácticas rurales, aprendizaje de las cocinas locales, ruta de productos y sensibilización rural,
Turismo urbano	Cultural, historia y arte
Es una modalidad que se desarrolla dentro de una ciudad y engloba las actividades que los visitantes realicen –dentro de ella- durante su estancia. Integrando viajes de negocio, de reuniones de trabajo y convenciones. Realizando visitas a edificaciones singulares (rascacielos, templos, iglesias y monumentos), que asiste a espectáculos	El Turismo Cultural se define como aquel motivado por el conocimiento del conjunto de rasgos y elementos distintivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino. Entre otros específicos: fiestas populares, museos históricos y monumentales, turismo etnográfico o vinculado a las costumbres y tradiciones de los

y eventos masivos, festivales, desfiles, galas de cine, convenciones, exposiciones, deporte etc.), shopping	pueblos, desarrollos tecnológicos, ciudades antiguas, turismo arqueológico, turismo representativo de folklores. ETC
Deportivo	Otras formas de turismo
Turismo de caza y pesca, competiciones deportivas, participación en olimpiadas y juegos de invierno, etc.	Turismo de salud y médico, entradas a corridas de toros, turismo idiomático, religioso y peregrinaciones, LGTBI. etc.

El cuadro pretende hacer una propuesta suficientemente precisa de los contenidos que se integrarán en el turismo urbano. Lo que ello significará, que cuando se evalúe en términos estadísticos o económicos, no se rechace en el contexto global, lo que no se entiende por turismo urbano. Es decir, contenidos o valores de otras actividades turísticas, que se valorarán en este caso, como turismo urbano, por realizarse en el ámbito de la ciudad.

2.3.- Recomendaciones y prácticas estadísticas requeridas para la mejora del estudio y ordenación del turismo urbano

En el párrafo anterior se ha estudiado un proceso de visualización de las diferentes clases de motivaciones o modalidades turísticas, con objeto de poder aislar cada grupo de demandas turísticas de los desarrollos del turismo urbano. De modo diferenciado el trabajo ha llegado a considerar, que pueden identificarse hasta ocho grupos de grandes aglomeraciones de clases y modos de demanda.

Las variables estadísticas que podrán ser condicionantes para la clasificación de la demanda turística en los diferentes grupos de modalidades son numerosas. Entre ellas se deberán destacar las más importantes, que además puedan ser consideradas y evaluadas, con objeto de proceder a medir su significación y tendencias de evolución.

Con ese fin los valores estadísticos representativos de las variables turísticas que pueden ser procesados por destinos o municipios, clases o características y tendencias temporales pueden ser los siguientes:

- Viajeros, llegados o visitantes que expresan unidades representativas de los turistas recibidos, sin ponderación de la estancia media
- Pernoctaciones o estancias, o días de permanencia, que puede expresar la duración y estancia media del viaje
- Consumos medios diarios que se utilizará como valor de cuantificación de la producción y el gasto de los turistas.

SUPUESTO DE ESTRUCTURA DE LLEGADAS Y MEDIOS DE ALOJAMIENTO PARA LAS DIFERENTES CLASES DE TURISMO (I)

	SOL Y PLAYA	CRUCERISMO	PAISAJISMO	RURAL
HOTELES	2.073.080	7.656.747	1.781.696	312.574
Porcentaje	0,641	0,851	0,758	0,704
EXTRAHOTEL	427.019	204.410	101.813	11.754
Porcentaje	0,132	0,023	0,043	0,026
OTROS ALOJAM.	733.825	1.132.055	468.047	119.895
Porcentaje	0,227	0,1259	0,1990	0,2699
TOTAL	3.233.924	8.993.212	2.351.556	444.223
SUMA TOTAL	1,000	1,000	1,000	1,000
	BENIDORM	BARCELONA	GRANADA	LOGROÑO

Fuente: INE y elaboración propia

En el análisis que se realiza en este epígrafe, se valora la cuantificación de ocho municipios mediante la unidad de medida "viajeros". Es interesante comentar que en solo ocho municipios -aunque entre

ellos se integren los dos más importantes-se presenta una muestra que representa aproximadamente el 23 % del total. Luego es evidente que en España existe una fuerte concentración del número de viajeros que pernoctan en los hoteles.

Asimismo, para la muestra analizada, el valor que representan los viajeros que llegan a los hoteles, en comparación con el total de los viajeros en todos los medios de alojamiento alcanza una cuota próxima al 78,5 %. No obstante, para la oferta global turística o censo de alojamiento global, dicho porcentaje no es igual de representativo que la muestra que se ha destacado solo para los hoteles. Por otra parte, llama la atención el alto valor que alcanza la cuota de viajeros que pernoctan en la ciudad de Granada, que llega al 7,7 % del total.

SUPUESTO DE ESTRUCTURA DE LLEGADAS Y MEDIOS DE ALOJAMIENTO PARA LAS DIFERENTES CLASES DE TURISMO (II)

URBANO	CULTURA	DEPORTIVO	OTRAS	SUMA
9.409.384	2.615.695	90.091	149.885	24.089.152
0,810	0,747	0,509	0,412	0,914
530.386	285.530	10.443	8.500	1.579.855
0,046	0,082	0,059	0,023	0,060
1.673.890	601.870	76.358	205.159	5.011.100
0,1441	0,1718	0,4317	0,5643	0,0260
11.613.660	3.503.095	176.892	363.544	30.680.107
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
MADRID	SEVILLA	HUESCA	LUGO	

Fuente: INE y elaboración propia

Ahora bien, se ha de alertar del problema que se puede producir, si se pretende realizar un análisis estadístico, buscando para las tres formas de alojamiento que se han introducido en el trabajo, los coeficientes de representatividad en los diferentes medios de alojamiento. Ya que, como ejemplo, en el caso de la muestra del grupo *otros alojamientos*, estimada según el censo de viviendas secundarias del INE (identificadas por esta entidad como susceptibles de uso turístico), la muestra no representa una mínima proporcionalidad. Ya que con relación a la muestra hotelera (23 %), la capacidad ofrecida en esta muestra solo alcanza el 16,33 %.

El cuadro presentado explica para la muestra analizada, la estructura de distribución del alojamiento hotelero de acuerdo con cada modalidad turística. Se percibe que es el turismo urbano la modalidad que mayor porcentaje hotelero absorbe. Esa situación se debe fundamentalmente a que el turismo urbano posee la mayor cuota. Lo que depende de la mayor dimensión del destino que desarrolla la actividad. Por ello sobresalen el porcentaje agregado que corresponde a las dos grandes ciudades de la relación estudiada.

PORCENTAJE DE LA TIPOLOGÍA TURÍSTICA QUE PREFIERE EL ALOJAMIENTO HOTELERO

MUNICIPIOS/MODALIDAD	VIAJEROS	PORCENTAJE
Benidorm/Sol y playa	2.073.080	0,0861
Barcelona/Cruceirismo	7.656.747	0,3179
Granada/Paisajismo	1.781.696	0,0740
Logroño/Rural	312.574	0,0130
Madrid/Urbano	9.409.384	0,3906
Sevilla/Cultura	2.615.695	0,1086
Huesca/Deportivo	90.091	0,0037
Lugo/Otras	149.885	0,0062
	24.089.152	1,0000

Fuente: INE y elaboración propia

La información que se proyecta correspondiente a los viajeros que se alojan en hoteles y en apartamentos hoteleros oficializados, procede de las encuestas de ocupación hotelera que mensualmente realiza el INE. Por tanto, ambas estadísticas recogen fielmente los datos de la encuesta de ocupación. Por lo que se considerarán lo más posibles fieles a la realidad. Sin embargo, los datos acerca de las estancias de los viajeros en segundas viviendas son fruto de un modelo de estimación que se utiliza con frecuencia.

El modelo aplicado para estimar la demanda en alojamientos no hoteleros responde a la siguiente formulación: Viajeros **alojados** = (viviendas secundarias censo INE *365 días año *tasa de ocupación* coeficiente hacinamiento) /estancia media

$VA = (VSINE * Tiempo * OCV * H) / 10$	$VA_{2017} = (VS * 365 * 0,18 * 3,8) / 10$
VSINE = 2.900.000	

ESTIMACIÓN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS 2018

Tipología alojamiento	Censo viajeros	%	Muestra viajeros	%
Hoteles muestra INE	105.260.000	55,72	24.089.152	22,88
Apartamentos Hoteleros INE	10.660.067	5,64	1.579.855	14,82
Segunda Viviendas INE	73.000.000	38,64	5.011.000	6,86
	188.920.067	100,00	30.680.107	100,00

Fuente: Elaboración propia

En la estimación realizada -en el cuadro precedente- se estructura la demanda turística recibida por España en términos de viajeros. En la cual se observa que el total de viajeros o turistas -residentes y no residentes- alcanza la cifra de 189 millones. De los cuales, aproximadamente 82 millones proceden del extranjero y el resto es turismo nacional. Asimismo, el cuadro permite conocer la distribución por clases de alojamiento.

Pero lo que más interesa de dicha información estadística, se refiere a la importancia resultante de la distribución de la muestra procesada. Distribución exigida con el fin de estudiar los detalles del reparto por modalidades. Finalidad principal del objetivo que este trabajo está realizando. Como consecuencia, se aprecia en el estudio de la segmentación por formas de turismo, que la muestra del número de viajeros alcanza sobre el total de la demanda turística el 16,24 %. Aunque la distribución parcial de la muestra no sea totalmente proporcional. Ya que por ejemplo el peso en hoteles es muy superior a la media llegando casi hasta el 23 %.

En el cuadro que se acompaña, se estructura y reparte la muestra de la demanda turística que se ha seleccionado, considerando los ocho municipios que se han valorados, representativos de las diferentes formas de turismo. Calificándolos en función de la importancia que se les ha dado en un análisis cualitativo realizado por expertos.

Se pretende construir un cuadro en donde se reflejen las ocho alternativas turísticas, que en puntos anteriores se han definido representativas del total de la oferta turística en España. Seleccionando también, ocho municipios caracterizados turísticamente por la posesión de dichos recursos.

ESPECIALIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS DESTINOS O MUNICIPIOS TURÍSTICOS SEGÚN MODALIDADES

	BENIDORM	BARCELONA	GRANADA	LOGROÑO	MADRID	SEVILLA	HUESCA	LUGO
SOL Y PLAYA	AAAA	A	X	X	X	X	X	X
CRUCERISMO	A	AA	X	X	X	X	X	X
PAISAJISMO	X	X	AA	AA	X	X	A	A
RURAL	A	X	AA	AA	A	AA	A	A
URBANO	X	AAA	X	X	AAAA	AA	X	X
CULTURAL	A	AA	XX	A	AAA	AA	A	A
DEPORTIVO	A	X	AA	X	A	X	AA	A
OTRAS	X	A	A	AA	A	AA	A	AA
SUMA	8A	9A	7A	7A	10A	8A	6A	6A

Fuente: Elaboración propia

ORDENACIÓN DE LOS RECURSOS Y MUNICIPIOS TURÍSTICOS SELECCIONADOS

Municipios	Clase de turismo Prioritaria	Clase de Turismo Secundaria	Viajeros en los hoteles	Viajeros en otros alojamiento	Suma	Resultados
MADRID	URBANO	CULTURA	9.409.384	2.204.276	11.613.660	10A
BARCELONA	CRUCERISMO	CULTURA	7.656.747	2.336.465	9.993.212	9A
SEVILLA	CULTURA	RURAL	2.615.695	887.400	3.503.095	8A
BENIDORM	SOL Y PLAYA	CRUCERISMO	2.073.080	1.160.864	3.233.944	8A
GRANADA	PAISAJISMO	RURAL	1.781.696	569.960	2.351.656	7A
LOGROÑO	RURAL	CULTURAL	312.574	131.649	444.223	7A
LUGO	MEDICO	PAISAJE	149.885	213.659	363.544	6A
HUESCA	DEPORTIVO	PAISAJISMO	90.091	86.801	176.892	6A

Fuente: Elaboración propia

VALORACIÓN CUALITATIVA DE LOS MUNICIPIOS DE LA MUESTRA

<p>Madrid. Ejemplo perfecto de destino preparado para el desarrollo de un turismo urbano de elevada categoría. El análisis de las cualidades y servicios que debe ofrecer esta clase de turismo se manifiesta en la relación de productos ya relacionados: conciertos, festivales, desfiles, galas de cine, convenciones, exposiciones, deporte, shopping, etc.</p>
<p>Barcelona. Esta ciudad es un buen ejemplo de diversidad en cuanto a la oferta de modalidades turísticas. Destacando de manera específica, la edificabilidad y belleza de su arquitectura monumental. Ofreciendo una rica capacidad para el turismo urbano. Su puerto recibe al año más de 3,5 millones de cruceristas, siendo el puerto mayor del M.</p>
<p>Sevilla. Se ha seleccionado esta ciudad como importante municipio para el desarrollo del turismo cultural. Ya que todo lo que expresa su patrimonio es historia y tradición con su excelente ejemplo de oferta rural y folclórica. Ofreciendo también arte y belleza. Sus fiestas anuales, así como la Semana Santa es un valor turístico de primer nivel.</p>
<p>Benidorm. Este municipio es uno de los referentes del turismo de sol y playa en España. Sus características para el baño y la playa le sitúan como uno de los municipios de mejor oferta de sol, ofreciendo una rica variedad de lugares para el disfrute del mar. Su costa ha sido un ejemplo de planificación del desarrollo y de su actividad turística.</p>
<p>Granada. En la búsqueda del municipio que mejor exprese el valor de la naturaleza y la tradición gastronómica, destaca este municipio. Cercano a Sierra Nevada y a las Alpujarras que, aunque parte de otros municipios próximos, este lugar es un privilegio. Une saludable tour de 3 horas por la Alhambra permite acceder a los lujosos jardines</p>
<p>Logroño. En un estudio de los valores turísticos en donde predomine lo rural y la cultura, se ha escogido este municipio, porque se le contempla rico en un paisaje diferenciado, en donde el vino y la gastronomía lo enriquecen de manera singular. El otoño es un momento ideal para pasear por las sierras y los valles riojanos, junto a Logroño.</p>

Lugo. Con una finalidad de ofrecer un espacio turístico que se proyecte para enriquecerse con una importante variedad de paisajes. Destaca este municipio; en donde los balnearios y el paisaje son un gran atractivo. El balneario de Lugo es el único de Galicia que conserva vestigios de las antiguas termas públicas romanas, declaradas Monumento Histórico.

Huesca. Por último, se ha escogido para cerrar la muestra y ofrecer un producto muy diferenciado y rico, dominado por el deporte, se ha seleccionado esta ciudad. Porque es un ejemplo de riqueza con la nieve, la escalada, el paisaje y tantos otros valores. Lugar lleno de posibilidades para el deporte de invierno y para gozar del paisaje.

2.4.- Modelo de análisis estadístico. Propuesta de cuadro estadístico

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. TURISMO DE SOL Y PLAYA

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Benidorm	11.648.759	Destino cien por cien turismo de sol y playa, segundo de España. Con una capacidad de alojamiento de 200.000 plazas (40.000 hoteleras); en una superficie de 38 Km ² . Está situada a orillas del mar Mediterráneo, en la comarca de la Marina Baja, de la que es su municipio más denso y poblado con una densidad de 1792 habitantes /km ² y 67 558 habitantes en 2018.
Calviá	8.577.486	Se encuentra situado en la parte occidental de la isla de <u>Mallorca</u> , junto a la <u>sierra de Tramontana</u> , Su <u>capital</u> municipal es la <u>villa de Calviá</u> , Tiene una superficie aproximada de 145 km ² . En <u>2011</u> , contaba con un censo de 52 451. Su capacidad hotelera es de 49.000 plazas.
Palma de Mallorca	8.721.206	Es una <u>ciudad y municipio español</u> , capital de la isla de <u>Mallorca</u> y de la <u>comunidad autónoma</u> de las <u>Islas Baleares</u> . Está ubicada en la parte occidental del <u>mar Mediterráneo</u> y, dentro de la isla, hacia el suroeste. Se encuentra a unos 250 km al este de la <u>península ibérica</u> . Su <u>término municipal</u> ocupa una extensión de 208,63 km ² . La ciudad está situada en el centro de la <u>bahía de Palma</u> , a unos 13 metros de altura sobre el nivel del mar. Con 440 772 habitantes (datos oficiales de 1 de enero de 2018), Palma es la <u>octava mayor ciudad de España</u> por población. Tiene una capacidad hotelera de 46.500 plazas.
Pájara	8.686.830	Es un municipio <u>español</u> perteneciente a la <u>provincia de Las Palmas (Islas Canarias)</u> . Situado en parte del centro de la isla de <u>Fuerteventura</u> , abarca también todo el sur de la isla (<u>península de Jandía</u>) Es el mayor municipio de la isla con una extensión de 383,52 km ² . Su altitud es de 196 metros sobre el nivel del mar, contando con un litoral de 150 kilómetros. El punto más elevado de Fuerteventura es el Pico de la Zarza (807 metros de altitud) situado en Jandía. Esta península es una zona protegida por un parque natural. Su capacidad hotelera es de 27.500 camas.
San Bart. de Tirajana	13.177.985	San Bartolomé de Tirajana es un municipio español perteneciente a la provincia de Las Palmas, en la isla de Gran Canaria La capital del municipio es el pueblo agrícola de Tunte, situada en la llamada caldera de Tirajana. En este municipio se encuentra el primer destino mundial en la oferta de apartamentos y bungalows. Maspalomas, un lugar que logró situarse a partir de los años sesenta y durante varias décadas en la cúspide del turismo a raíz de su modelo urbanístico inicial. En el año 2012 San Bartolomé de Tirajana, junto a los municipios de Mogán, también en Gran Canaria, y Tías, en la isla de Lanzarote, quedaron a la cabeza de

		la ocupación de apartamentos en España. Posee 39.000 plazas hoteleras.
Adeje	10.260.333	Es un municipio perteneciente a la <u>provincia de Santa Cruz de Tenerife</u> , en la isla de <u>Tenerife</u> . La capital municipal es la <u>Villa de Adeje</u> , situada a 295 <u>msnm</u> . Con 47 280 habitantes a 1 de enero de 2018, Adeje es el quinto municipio más poblado de la isla de Tenerife, tras <u>Santa Cruz de Tenerife</u> , <u>San Cristóbal de La Laguna</u> , <u>Arona</u> y <u>Granadilla de Abona</u> . Adeje es un importante núcleo turístico tanto de la isla como a nivel nacional e internacional. Este municipio cuenta con la mayor concentración de <u>hoteles 5 estrellas de Europa</u> ² Además tiene el que es considerado el mejor hotel de lujo de España según <i>World Travel Awards</i> . Tiene una capacidad hotelera de 29.500 plazas.
Salou	6.108.588	Es un municipio <u>español</u> de 26 233 habitantes (<u>INE 2017</u>) situado en la <u>Costa Dorada</u> , <u>provincia de Tarragona</u> , <u>comunidad autónoma de Cataluña</u> , a 10 km de la ciudad de <u>Tarragona</u> y a 8 de la ciudad de <u>Reus</u> , y colindante con los núcleos urbanos de <u>Cambrils</u> , <u>Vilaseca</u> y <u>la Pineda</u> . Es considerada la capital de la <u>Costa Dorada</u> , al ser el destino turístico más importante. Fundada por los <u>griegos</u> en el <u>siglo VI a. C.</u> , la ciudad constituyó un destacado puerto comercial durante la <u>Edad Media</u> y la <u>Edad Moderna</u> . A lo largo del <u>siglo XX</u> , Salou se convirtió en un importante centro <u>turístico</u> , condición que mantiene en la actualidad. En las cercanías de la localidad se encuentra el complejo de ocio <u>Porta Ventura World</u> . Tiene una capacidad hotelera de 30.000 camas.
Arona	5.948.831	Es un municipio perteneciente a la provincia de Santa Cruz de Tenerife, en la isla de Tenerife La capital administrativa se encuentra en el casco de Arona, situado a 630 msnm. Si bien la capital municipal se halla en las medianías, mayor importancia económica y poblacional tienen Valle de San Lorenzo, con una actividad agrícola de exportación, y sobre todo el sector costero. Las poblaciones turísticas —Playa de Las Américas, Los Cristianos, Las Rosas, Costa del Silencio, Palm-Mar..— han transformado sustancialmente el área litoral, siendo asimismo el punto de embarque para la isla de La Gomera. Arona, con 93.496 habitantes en mayo de 2017, es el tercer municipio más poblado de la isla de Tenerife, tras Santa Cruz de Tenerife y San Cristóbal de La Laguna. Posee una capacidad hotelera de 17.000 camas.
Yaiza	5.168.087	Es un municipio <u>español</u> perteneciente a la <u>provincia de Las Palmas, Canarias</u> . Está situado en el sur de la isla de <u>Lanzarote</u> . La población es de 15.944 habitantes (<u>INE, 2016</u>), y su densidad de población es de 51,43/km ² , para un área de 211,84 km ² . Es el término municipal más al sur y al oeste de la isla de Lanzarote. Su industria principal es el turismo y la agricultura. Rodeado por el océano Atlántico, linda al norte con los municipios de <u>Tinajo</u> y <u>Tías</u> . Posee 14.000 plazas hoteleras.
Lloret de Mar	4.987.022	Es un <u>municipio español</u> de la <u>comarca de la Selva</u> , en la <u>provincia de Gerona, Cataluña</u> y junto al mar, en la <u>Costa Brava</u> . Está dotado de unas playas excelentes de arena granulada. Posee también unas magníficas vistas al castillo en un extremo y al otro el monumento a "La dona Marinera" que representa el sufrimiento de las mujeres esperando la vuelta de sus maridos pescadores. Tiene 29.000 camas hoteleras. La extensión del término municipal es de 47,87 km ² y está formado

		<p>por el núcleo urbano y por una serie de vecindarios y urbanizaciones (muchas de ellas de segunda residencia) distribuidas a lo largo del término municipal, que hacen de Lloret un municipio muy disperso a nivel territorial. La zona urbanizada total ocupa 1.473 ha y hay 39 urbanizaciones. Dentro de su término municipal se encuentran siete playas con un total de 7 km de costa que explican que Lloret sea uno de los destinos turísticos más importantes de Cataluña. Su población es de 37.350 habitantes.</p>
--	--	--

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. TURISMO URBANO

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Barcelona	19.688.076	<p>Es una ciudad española, capital de la comunidad autónoma de Cataluña, de la comarca del barcelonés y de la provincia homónima. Con una población de 1 620 343 habitantes en 2018,6 es la segunda ciudad más poblada de España después de Madrid, y la undécima de la Unión Europea. El área metropolitana de Barcelona, incluida en el ámbito metropolitano de Barcelona, cuenta con 5 029 181 habitantes (2011), siendo así la sexta ciudad de mayor población de la Unión Europea.78. La ciudad cuenta con un PIB nominal de 142 223 millones USD y un PIB per cápita nominal de 30 619 USD, lo que representa un PIB PPA per cápita de 36 240 USD,9 siendo la segunda área metropolitana española en actividad económica Se ubica a la orilla del mar Mediterráneo, a unos 120 km al sur de la cadena montañosa de los Pirineos y de la frontera con Francia, en un pequeño llano litoral limitado por el mar al este, la sierra de Collserola al oeste, el río Llobregat al sur y el río Besós al norte. Por haber sido capital del condado de Barcelona, se suele aludir a ella con la denominación antonomástica de Ciudad Condal. En su ámbito turístico puede identificarse como destino turístico, cuya caracterización, como turismo urbano la sitúa en los primeros lugares de esta modalidad turística, como también en el área del crucerismo y la cultura Con un inventario de plazas hoteleras igual a 80.000 camas.</p>
Madrid	19.331.895	<p>Es la localidad, con categoría histórica de <u>villa</u>, es la capital del Estado y de la <u>Comunidad de Madrid</u>. Dentro del término municipal de Madrid, el más poblado de España, viven 3 223 334 personas empadronadas, según el <u>INE</u> de 2018. El <u>área metropolitana asociada</u> tiene una población de más de 6,5 millones de habitantes, por lo que es la <u>tercera o cuarta de la Unión Europea</u>, según la fuente, tras las de <u>París y Londres</u>. La ciudad cuenta con un PIB nominal de 227 411 millones USD y un PIB per cápita nominal que representa 40 720 USD Siendo la 1.ª área metropolitana española en actividad económica; y la décima de Europa tras <u>Londres, París</u>; es también la ciudad española con más pernoctaciones hoteleras. La plazas hoteleras son 86.000 camas.</p>
Alicante/ Alacant	1.918.565	<p>Es un municipio de España, capital de la provincia homónima, en la Comunidad Valenciana. Ciudad portuaria, está situada en la costa mediterránea. Con 331 577 habitantes7 (INE, 2018), es el segundo municipio más poblado de la comunidad autónoma y el undécimo del país. Forma una conurbación de 468 782 habitantes con muchas de las localidades de la comarca del</p>

		<p>Campo de Alicante: San Vicente del Raspeig, San Juan de Alicante, Muchamiel y Campello. Estadísticamente se asocia también con el área metropolitana de Alicante-Elche, que cuenta con 757 085 habitantes. Ciudad eminentemente turística y de servicios, es uno de los destinos turísticos más importantes de España. La ciudad de Alicante ostenta este título desde 1490 concedido por el rey Fernando II de Aragón,9 además de los títulos de «Muy Ilustre Fiel y Siempre Heroica Ciudad de Alicante». Las dos primeras le fueron concedidas por Felipe V, bastante más tarde le llegaría la de Heroica, que le otorgó Alfonso XII según real decreto aparecido en el Boletín Oficial de la Provincia el viernes 10 de junio de 1881. Con anterioridad Alfonso X de Castilla ya la había distinguido con las de Leal y Esforzada Fue Carlos I quien le concedió el Toisón de Oro, en el año 1524. Posee 8.500 plazas hoteleras.</p>
Málaga	2.484.894	<p>Es <u>municipio de España</u>, <u>capital de la provincia homónima</u> y ubicada en la <u>comunidad autónoma de Andalucía</u>. Con una población de 571 026 habitantes a 1 de enero de 2018, Málaga es la <u>sexta ciudad</u> más poblada de <u>España</u>, la segunda de <u>Andalucía</u> y la número cuarenta y seis de la <u>Unión Europea</u>, así como la mayor de entre las que no son capitales autonómicas. Del mismo modo, es la ciudad costera más grande y poblada del sur de España. Además, es la zona urbana más densamente poblada de la <u>conurbación</u> formada por el conjunto de localidades que se sitúan a lo largo de 160 km de la <u>Costa del Sol</u> y el centro de un <u>área metropolitana</u> que sobrepasa sus límites municipales y abarca otros 12 municipios que suman 987 813 habitantes censados. Se estima que Málaga es la quinta <u>área metropolitana de España</u>. Está situada en el extremo oeste del <u>mar Mediterráneo</u> y en el sur de la <u>península ibérica</u>, a unos 100 km al este del <u>estrecho de Gibraltar</u>. Su <u>término municipal</u> ocupa una extensión de 398,25 km² que se extienden sobre los <u>Montes de Málaga</u> y el <u>Valle del Guadalhorce</u>. La ciudad está situada en el centro de una <u>bahía</u> rodeada de sistemas montañosos. Dos ríos, el <u>Guadal Medina</u> y el <u>Guadalhorce</u>, la atraviesan desembocando en el <u>Mediterráneo</u>. Posee 10.000 camas hoteleras.</p>
Santander	909.134	<p>Es una ciudad situada en el norte de <u>España</u>, capital de la <u>comunidad autónoma de Cantabria</u>. Con 171 951 habitantes (2017) es la urbe más poblada de la comunidad autónoma. Además, es la cabecera del <u>área metropolitana de Santander</u>, con más de 300 000 habitantes que se extiende alrededor de la <u>bahía de Santander</u>. Es una de las ciudades más importantes del norte del país. El municipio limita al norte con el <u>mar Cantábrico</u>, al Este con la bahía homónima, que lo rodea también por el sur junto al municipio de <u>Camargo</u>. Su cota máxima, situada en <u>Peñacastillo</u>, es de 139 <u>msnm</u> y, su cota mínima se sitúa al nivel de <u>mar</u>. Alcanza la cifra de 4000 habitaciones hoteleras.</p>
Valencia	4.016.950	<p>Valencia es un municipio y una ciudad de España, capital de la provincia homónima y de la Comunidad Valenciana. Con una población de 791 413 habitantes (INE, 2018), que sube a 1 559 908 habitantes si se incluye su espacio urbano, es la tercera ciudad y área metropolitana más poblada de España, por detrás de Madrid y Barcelona. Debido a su larga historia, esta es una ciudad con innumerables fiestas y tradiciones, entre las que caben destacar las <u>fallas</u>, las cuales fueron declaradas</p>

		como <u>fiestas de interés turístico internacional</u> el 25 de enero de 1965 ¹⁸ y <u>Patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad</u> por la <u>UNESCO</u> el 30 de noviembre de 2016. Tiene la cifra de 18.000 camas hoteleras.
Bilbao	1.747.403	Es un <u>municipio</u> situado en el norte de <u>España</u> y una <u>villa</u> de dicho <u>municipio</u> , capital de la <u>provincia</u> y <u>territorio histórico</u> de <u>Vizcaya</u> , en la <u>comunidad autónoma</u> del País Vasco. La villa de Bilbao es la capital y única localidad del municipio, y con 345 821 habitantes según el padrón de <u>2018</u> , ¹⁰ es la urbe más poblada de la comunidad autónoma, siendo la cabecera del <u>área metropolitana de Bilbao</u> , una <u>conurbación</u> de más de 1 000 000 de habitantes ¹¹ que se extiende a lo largo de la <u>ría de Bilbao</u> o del <u>Nervión</u> . El núcleo urbano se encuentra flanqueado por dos <u>cadenas montañosas</u> con una altitud media que no supera los 400 metros. Estas cadenas forman algunos de los límites naturales del municipio. Son municipios limítrofes: Erandio, Sondica, Zamudio, Galdácano, Basauri, Baracaldo, etc. Tiene 8500 plazas hoteleras.

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. NÁUTICO Y CRUCERISMO

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Ciudadella Menorca	1.988.186	Oficialmente <i>Ciudadella de Menorca</i> . Es un <u>municipio español</u> de <u>Menorca</u> , en las <u>Islas Baleares</u> . Situada en el extremo oeste de la isla, es la ciudad con mayor número de habitantes de <u>Menorca</u> (29.223 habitantes en <u>2018</u>) y sede del <u>obispado de la isla</u> . Regentó la capitalidad de la isla hasta la <u>ocupación inglesa</u> en <u>1714</u> . Supera en número de habitantes a <u>Mahón</u> , antes el municipio más poblado de Menorca. Mahón es la capital de Menorca y sede del <u>Consejo Insular</u> , figura administrativa local que en Menorca ejerce de gobierno insular. Posee 13.000 camas hoteleras.
Formentera	713.287	Es una isla <u>española</u> situada en el <u>mar Mediterráneo</u> y municipio que forma parte, junto con <u>Mallorca</u> , <u>Menorca</u> e <u>Ibiza</u> , de la comunidad autónoma de las Baleares. Además, junto con Ibiza y varios islotes forma las llamadas <u>Islas Pitusas</u> . Actualmente, Formentera tiene una población de 12 280 habitantes para <u>2017</u> , por lo que es la isla balear menos poblada. ² Formentera es además, la cuarta del archipiélago balear en extensión. La capital de Formentera es <u>San Francisco Javier</u> . Ofrece un balance de 5.040 camas hoteleras
Eivissa	1.539.352	Es una <u>isla</u> situada en el <u>mar Mediterráneo</u> y que forma junto a las de <u>Mallorca</u> , <u>Menorca</u> y <u>Formentera</u> y varios islotes de menor tamaño el <u>archipiélago</u> y <u>comunidad autónoma</u> de las <u>Islas Baleares</u> , en <u>España</u> . Cuenta con una extensión de 572 km ² y una población de 144 659 habitantes (<u>INE</u> 2018), por lo que es la segunda isla de Baleares en términos de población tras <u>Mallorca</u> . Ibiza es además, la tercera isla balear en extensión, tras Mallorca y <u>Menorca</u> . Posee 9.852 camas hoteleras.
Santa Eulalia Río	2.414.526	<i>Santa Eulària des Riu</i>) es un <u>municipio</u> de la <u>comunidad autónoma</u> de las <u>Islas Baleares</u> (<u>España</u>). Situado en la parte oriental de la isla de <u>Ibiza</u> . En la época musulmana la zona se

		<p>llamaba <i>Xarc</i>. Con la conquista aragonesa se modificó la división de la isla en cuartos similares a la organización municipal actual. El cuarto de Santa Eulalia correspondió al infante <u>Pedro de Portugal</u>, señor feudal de <u>Guillermo de Montgrí</u>, obispo de Tarragona, el cual tenía los derechos reales de conquista. El rey de Aragón <u>Jaime I</u> adquirió los derechos de Pedro de Portugal, pasando a llamarse «Cuarto del Rey». Esto aportó algunos problemas jurídicos ya que el rey, en Ibiza, era señor feudal del obispo de Tarragona el cual, a su vez, era <u>vasallo</u> del rey de Aragón. Ofrece la cifra de 16.500 plazas hoteleras.</p>
Fuengirola	2.614.947	<p>Es una localidad y un municipio de la provincia de Málaga, en Andalucía, España. Está situado en la costa central de la provincia e integrado en la comarca de la Costa del Sol Occidental y la mancomunidad de municipios homónima. Es la cabeza del partido judicial de Fuengirola. El término municipal tiene una extensión de 10,37 km², urbanizados casi en su totalidad, y una altitud media de 5 msnm. Ocupa una estrecha franja costera de unos 8 km de longitud, con playas orientadas hacia el sureste. Con 77486 habitantes según el censo de 2016 ,7 es el quinto municipio más poblado de la provincia y uno de los de más alta densidad, con cerca de 7500 habitantes por km². Posee 11.800 plazas hoteleras.</p>
Marbella	2.815.120	<p>Es una ciudad y municipio del sur de <u>España</u>, perteneciente a la <u>provincia de Málaga</u>, en la <u>comunidad autónoma de Andalucía</u>. Está integrada en la <u>comarca de la Costa del Sol Occidental</u> y es la sede de la <u>mancomunidad de municipios homónima</u> y la cabeza del <u>partido judicial que lleva su nombre</u>. Marbella está situada a orillas del <u>Mediterráneo</u>, entre <u>Málaga</u> y el estrecho de Gibraltar, y en la falda de la <u>Sierra Blanca</u>. Su <u>término municipal</u> ocupa una superficie de 117 <u>km²</u>, atravesados por la <u>autovía</u> y la <u>autopista</u> de peaje llamadas del Mediterráneo, principales accesos al municipio. Con 141 463 habitantes en <u>2018</u> según el <u>INE</u>, es el segundo municipio más poblado de la provincia. Tiene 17.0030 plazas hoteleras</p>
Torremolinos	4.635.581	<p>Es un <u>municipio español</u> situado en la <u>provincia de Málaga</u>, en la costa mediterránea de la <u>comunidad autónoma de Andalucía</u>. Es la cabeza del <u>partido judicial homónimo</u> y está integrado en la comarca de la <u>Costa del Sol Occidental</u>, la <u>mancomunidad de municipios del mismo nombre</u> y el <u>área metropolitana de Málaga</u>. Está situado en la <u>Costa del Sol</u>, en la orilla occidental de la <u>bahía de Málaga</u> y a espaldas de la <u>sierra de Mijas</u>. Se encuentra a una altitud de 49 <u>msnm⁴</u> y a 13 <u>km</u> del <u>centro de Málaga</u>, la capital de provincia. Está comunicado mediante la <u>autovía A-7</u>, que circunvala la ciudad por el norte, así como por tren de <u>cercanías</u>. En el año <u>2010</u> contaba con 66.957 habitantes. Su oferta hotelera llega a 20.800 camas hoteleras.</p>
Cartagena	1.115.986	<p>Es una ciudad y municipio de <u>España</u>, situado en la costa del <u>mar Mediterráneo</u>, en la <u>comunidad autónoma de la Región de Murcia</u>. La ciudad, capital del municipio del mismo nombre, es la sede del parlamento autonómico de la Región de Murcia, la <u>Asamblea Regional de Murcia</u>, órgano legislativo de la comunidad autónoma. Cuenta con una población de 214 177 habitantes (INE, 2017) repartida en un término municipal de 558,08 km². Se encuentra al sur de la llanura <u>Campo de Cartagena</u>, comarca natural que forma su área metropolitana y</p>

		que cuenta con una población de 409 586 habitantes. Así, ocupa el puesto 22.º en la lista de <u>municipios más poblados de España</u> y el puesto 26.º en la lista de <u>áreas metropolitanas de España</u> . Tiene una oferta hotelera de 6.900 canas.
Palmas de Gran Canaria	1.325.593	Es una ciudad y municipio <u>español</u> , capital de la isla de <u>Gran Canaria</u> , de la <u>Provincia de Las Palmas</u> y de la <u>Comunidad Autónoma de Canarias</u> (capitalidad compartida con <u>Santa Cruz de Tenerife</u>). Además, es sede de la <u>Delegación del Gobierno de España</u> en la <u>Comunidad Autónoma de Canarias</u> , así como sede de su correspondiente <u>subdelegación provincial</u> . Con una población de 378 517 habitantes en 2018, ⁵ es la ciudad más poblada de <u>Canarias</u> y la novena de <u>España</u> . Su capacidad hotelera asciende a 5.600 plazas
Puerto de la Cruz	4.393.627	es un municipio y ciudad perteneciente a la <u>provincia de Santa Cruz de Tenerife</u> , en la isla de <u>Tenerife</u> , en <u>Canarias</u> . Puerto de la Cruz fue el lugar donde comenzó el <u>turismo</u> en Canarias. ¹² En el año 1886 en este pequeño puerto del <u>valle de La Orotava</u> se estableció el primer <u>sanatorio</u> del archipiélago para acoger a los turistas enfermos. Fue además el primer centro turístico español de ámbito europeo. Tiene 14.900 camas hoteleras.

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. PAISAJISMO Y NATURALEZA

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Burgos	739.991	Es un <u>municipio</u> y una ciudad <u>española</u> situada en la parte central del norte de la <u>península ibérica</u> . La ciudad es la capital de la <u>provincia homónima</u> integrada en la comunidad autónoma de <u>Castilla y León</u> . En 2018 contaba con una población <u>empadronada</u> de 175 921 habitantes en el repartidos en una superficie de 107,06 km ² , lo que lo convierte en el <u>36 municipio más poblado</u> del país y el segundo de la comunidad autónoma Su <u>área metropolitana</u> , formada por un alto número de municipios de reducida extensión, cuenta con unos 20 000 habitantes, que junto con el municipio central forman un área urbana de unos 200 000 habitantes. Tiene 4.000 plazas hoteleras
Chiclana de la Frontera	2.102.359	Es una ciudad española de la provincia de Cádiz, en la comunidad autónoma de Andalucía. Pertenece a la Mancomunidad de Municipios de la Bahía de Cádiz, junto a Cádiz capital de la que dista 24 kilómetros. La fundación de la actual Chiclana se produjo en el año 1303, cuando el rey Fernando IV de Castilla entregó las tierras chiclaneras a la Casa de Medina Sidonia. El actual casco urbano se levanta durante el siglo XVIII. En la guerra de la Independencia Española se produjo la batalla de Chiclana entre franceses y aliados anglo-españoles. Hoy en día la economía chiclanera depende de una industria moderna y del turismo, especialmente de las playas y de los campos de golf asentados fundamentalmente en el Novo Sancti Petri, urbanización que cuenta con el mayor número de plazas hoteleras en la provincia de Cádiz y en toda la Costa de la Luz. Posee 13.000 camas hoteleras.
Donostia- San Sebastián	1.314.203	Es una ciudad y <u>municipio español</u> situado en la costa del <u>golfo de Vizcaya</u> y a 20 kilómetros de la frontera con <u>Francia</u> . La ciudad es la capital de la provincia

		de <u>Guipúzcoa</u> , en la <u>comunidad autónoma</u> del <u>País Vasco</u> . La población del municipio es de 186 665 habitantes (2018), ² y su <u>área metropolitana</u> alcanza los 436 500 (2010). Es la cabecera de la <u>Euro ciudad Vasca Bayona-San Sebastián</u> , una conurbación de más de 620 000 habitantes. Sus principales actividades económicas son el comercio y el turismo, constituyendo en el pasado uno de los más famosos destinos turísticos de <u>España</u> . Su paisaje, dominado por la <u>bahía de La Concha</u> ofrece 5.800 plazas hoteleras.
Jaca	411.417	El término municipal, además del casco urbano de Jaca, incluye numerosos núcleos de población, denominados «barrios rurales» y que acogían a inicios de 2018 a 951 habitantes. Jaca es la capital de la comarca de <u>La Jacetania</u> y dista 72 km de <u>Huesca</u> , la capital provincial, y 143 km de <u>Zaragoza</u> . Está situada en el norte de la provincia, en el <u>valle del Aragón</u> , único gran valle paralelo al eje de la cadena pirenaica. La prolongación de este eje, desde la Cuenca de <u>Pamplona</u> , al oeste, hasta la Cuenca de <u>Tremp</u> , al este, facilita las comunicaciones entre <u>Navarra</u> y <u>Cataluña</u> a través del norte de Aragón. La ciudad está emplazada en la depresión de la <u>Canal de Berdún</u> , a 818 msnm, sobre una <u>terracea fluvio-glacial</u> en la margen izquierda del río <u>Aragón</u> a la salida del valle de <u>Canfranc</u> , precisamente en el exterior del codo que forma el río al cambiar la dirección norte-sur por la este-oeste que lleva sobre la Canal de Berdún. Tiene 2.300 plazas hoteleras.
León	734.262	Ciudad <u>española</u> ubicada en el noroeste de la <u>península ibérica</u> , capital de la <u>provincia homónima</u> , en la <u>comunidad autónoma</u> de <u>Castilla y León</u> . León contaba en enero de 2015 con 127.817 habitantes repartidos en una superficie de 39,03 km ² , y un <u>área metropolitana</u> de 231 623 habitantes según el mapa de áreas funcionales de la <u>Junta de Castilla y León</u> (otros proyectos dan cifras diferentes), distribuidos en quince municipios, siendo así la segunda más poblada de la comunidad. Su capacidad hotelera es igual a 3.800 plazas.
Pamplona/Iruña	652.312	Pamplona está ubicada en el norte de la <u>península ibérica</u> , y en el centro de la <u>cuenca de Pamplona</u> . Se extiende a ambas orillas del río <u>Arga</u> y por ella discurren otros dos ríos, el <u>Elorza</u> (afluente del Arga) y el <u>Sadar</u> (afluente del Elorza). Cuenta con una población de 199 066 habitantes (INE, 2018) —203 382 según los datos del padrón municipal repartida en una superficie de 25,098 km ² , según los datos del registro municipal. Su <u>área metropolitana</u> alcanza los 334 830 habitantes distribuidos en una superficie de 488,6 km. Su oferta hotelera es igual a 3.400 plazas.
Gijón	836.215	Es una <u>ciudad española</u> , con la categoría histórica de <u>villa</u> , <u>capital</u> del <u>concejo</u> del mismo nombre. Está situada a orillas del <u>mar Cantábrico</u> en la costa del <u>Principado de Asturias</u> , <u>comunidad autónoma</u> de la que es su <u>municipio</u> más poblado con 271 843 habitantes (INE, 2018). Gijón es, además, una <u>parroquia</u> del concejo, cuya única <u>entidad singular de población</u> es la <u>localidad</u> homónima, y es conocida por <u>antonomasia</u> como la <u>capital de la Costa Verde</u> . Por la ciudad discurre el <u>Camino de Santiago</u> en su ruta <u>costera</u> , declarado <u>Patrimonio de la Humanidad</u> por la <u>UNESCO</u> . Tiene 4.900 camas hoteleras.

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. RURAL Y GASTRONOMÍA

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Vitoria-Gasteiz	564.630	Es una ciudad <u>española</u> , capital de <u>Álava</u> , y sede oficial del <u>Parlamento</u> y el <u>Gobierno</u> de la comunidad autónoma del <u>País Vasco</u> . Enclavada en un cruce de caminos, ha sido a lo largo de la historia un importante punto estratégico tanto en el plano militar como en el comercial y cultural. Ya desde tiempos romanos, en los que la calzada que unía <u>Astorga</u> y <u>Burdeos</u> pasaba por Álava, estas tierras no han dejado de ser un eje de comunicaciones entre la <u>Meseta Central</u> y <u>Europa</u> . Es una ciudad con una intensa historia que se manifiesta en un valioso patrimonio monumental. Ostenta el título de «muy noble y leal». En el año 2017 había 246 976 habitantes <u>empadronados</u> en el municipio, aunque a fecha de 2018, el Padrón Municipal de Vitoria-Gasteiz confirma la existencia de 252 574 ciudadanos, ocupando así el puesto número diecisiete entre los municipios más poblados de España. Tiene 3.050 plazas hoteleras.
Jerez de la Frontera	674.032	Es un <u>municipio</u> y ciudad de <u>España</u> , en la <u>provincia de Cádiz</u> , <u>comunidad autónoma</u> de <u>Andalucía</u> . Con una población de 212 879 habitantes en 2018 es la 25º más grande de España. Además, es la ciudad más poblada del <u>área metropolitana de la Bahía de Cádiz-Jerez</u> , tercer conglomerado urbano de Andalucía con una población de 639 994 habitantes y una extensión de 2026,3 <u>km²</u> . Está situada al sur de la <u>península ibérica</u> , situada a 12 <u>km</u> del <u>océano Atlántico</u> y 85 <u>km</u> del <u>estrecho de Gibraltar</u> . Situada en una posición céntrica y bien comunicada, Jerez se ha convertido en el principal nudo de comunicaciones y en uno de los centros logísticos y de transportes de <u>Andalucía occidental</u> . Su tamaño y capacidad de crecimiento le han otorgado mayor dinamismo económico. Su término municipal ocupa una extensión de 1188,14 <u>km²</u> que se extienden sobre el <u>valle del Guadalquivir</u> . Su capacidad hotelera es igual a 3.600 camas.
Girona	468.306	Gerona es una ciudad y municipio español, capital de la provincia homónima y de la comarca del Gironés, en la comunidad autónoma de Cataluña. Pertenece al ámbito de las comarcas gerundenses y al sistema urbano de Gerona, según el Plan Territorial General. Girona es una ciudad a escala humana; pero con el atractivo de las grandes ciudades. Dar un tranquilo paseo por el núcleo histórico, visitar sus monumentos y museos, recorrer cómodamente sus calles y plazas disfrutando de los servicios turísticos, de la oferta cultural, de los festivales. Tiene una población de 96.722 habitantes, y 2.100 plazas hoteleras.
Almonte	610.313	Es un municipio español de la provincia de Huelva, Andalucía. En 2016 el municipio contaba con 23 2231 habitantes siendo el tercer municipio provincial en población (sólo superado por Lepe y Huelva) y la cuarta localidad (superada además por Isla Cristina). Su extensión superficial es de 861 <u>km²</u> y tiene una densidad de 27,0 hab/ <u>km²</u> . Sus coordenadas geográficas son 37º 15' N, 6º 31' O. Se encuentra situada a una altitud de 75 metros y a 51 kilómetros de la capital de provincia, Huelva. En el término municipal de Almonte, el más extenso de la Provincia de Huelva, se encuentran la aldea de El Rocío, la playa de Matalascañas y gran parte del Parque nacional y natural de Doñana. Tiene 4.600 plazas hoteleras.

Logroño	526.399	Es una ciudad y municipio situado en el norte de España, capital de la comunidad autónoma de La Rioja. Con 150 876 habitantes (2016), también es su localidad de mayor población — concentrando casi la mitad del total— así como su centro económico, cultural y de servicios. Bañada por el río Ebro, Logroño ha sido históricamente un lugar de paso y cruce de caminos, tales como el Camino de Santiago, y de fronteras, disputada entre los antiguos reinos hispanos de la península ibérica durante la Edad Media. En el último siglo, la ciudad ha experimentado un crecimiento demográfico lento pero significativo respecto a las poblaciones cercanas, provocado principalmente por los movimientos migratorios desde otras comarcas de la provincia. Fue en 1997 la 1ª Ciudad Comercial de España, así como la 1ª Capital Gastronómica Española en 2012 y también Ciudad Europea del Deporte en 2014. Su oferta hotelera es igual a 2.700 camas.
Ronda	390.647	Es un municipio español perteneciente a la comunidad autónoma de Andalucía, situada en el noroeste de la provincia de Málaga, a unos 100 kilómetros de la ciudad de Málaga. Es la cabeza del partido judicial homónimo y la capital de la comarca de la Serranía de Ronda. En 2018 contaba con 33 978 habitantes, que la convierten en el segundo municipio más poblado del interior de la provincia tras Antequera. ⁶ Su término municipal se extiende sobre una meseta conocida como depresión de Ronda por las sierras que la circundan. Tiene una superficie de 397,62 km ² y una densidad de población de 86,18 habitantes/km ² . Su capacidad hotelera es igual a 2.000 plazas.
Valladolid	779.512	Es un <u>municipio</u> y una <u>ciudad española</u> situada en el cuadrante noroeste de la <u>península ibérica</u> , capital de la <u>provincia de Valladolid</u> y sede de las <u>Cortes</u> y la <u>Junta de la comunidad autónoma de Castilla y León</u> . Cuenta, según los datos del INE de 2017, con 299 715 habitantes, siendo el 13. ^{er} municipio más poblado de España y el primero de todo el noroeste español. Por su parte, el área metropolitana de la ciudad, conformada por 23 municipios, es la 20. ^a de España, con una población de 414 281 habitantes. Su oferta hotelera llega a 3.900 plazas.
Oviedo	926.313	Es un concejo y ciudad española, capital del Principado de Asturias. Su origen se remonta a la Alta Edad Media —siglo VIII—, o incluso antes, y era llamada Ovetum. Asimismo es un concejo asturiano cuya capital es la ciudad del mismo nombre, Oviedo, y una parroquia de dicho concejo, que comprende a Oviedo capital. Es el centro comercial, universitario, religioso y administrativo del Principado, sede de la Junta General del Principado de Asturias, de las instituciones oficiales del Principado de Asturias, de la Universidad de Oviedo, del Museo de Bellas Artes de Asturias, de los Premios Princesa de Asturias, así como de la Archidiócesis de Oviedo. Es reconocida como una de las ciudades con mayor calidad de vida de Europa según la Comisión Europea. El municipio de Oviedo es el segundo más poblado de la comunidad autónoma, con 220 020 (INE 2018) habitantes. Su oferta hotelera es igual a 5.600 Plazas.
Sanxenxo	916.737	Es una localidad y <u>municipio español</u> perteneciente a la <u>provincia de Pontevedra</u> , en la <u>comunidad autónoma de Galicia</u> . Se sitúa en la parte meridional de la <u>comarca del Salnés</u> , en la costa bañada por el <u>océano Atlántico</u> en la <u>ría de Pontevedra</u> y de <u>Arosa</u> , en sus zonas más occidentales. El municipio cuenta con una población de 17.543 habitantes y posee 9.000 camas hoteleras.

Segovia	468.361	Es una ciudad y municipio español en la parte meridional de la comunidad autónoma de Castilla y León, capital de la provincia del mismo nombre. Se sitúa en la confluencia de los ríos Eresma y Clamores, al pie de la sierra de Guadarrama. La ciudad vieja y el acueducto de Segovia fueron declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1985. El acueducto es considerado la obra de ingeniería civil romana más importante de España, y es uno de los monumentos más significativos y mejor conservados de la Antigua Roma en la península ibérica. El término municipal cuenta con una población de 51 683 habitantes (INE, 2018). El número de camas hoteleras que tiene es igual a 2.200.
---------	---------	--

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. CULTURAL, HISTORIA Y ARTE

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Ávila	448.326	Es una ciudad y municipio español, situado en la provincia de Ávila, en la comunidad autónoma de Castilla y León. Es capital de la provincia homónima y de la comarca de Ávila —que comprende el Valle de Amblés y la Sierra de Ávila—, así como sede del partido judicial número 3 de la provincia y de la diócesis homónima. ⁵ Se encuentra situada junto al curso del río Adaja y se trata de la capital de provincia más alta de España, a 1131 m sobre el nivel del mar, en virtud de lo cual en su casco urbano son relativamente frecuentes las nevadas durante el invierno. La ciudad presenta un clima mediterráneo continentalizado con matices montañosos. En 2012 su término municipal concentraba el 34 % del total de población de la provincia. Dispone de 2.800 plazas en hoteles
Córdoba	1.622.948	Con 325.916 habitantes en 2018, es la tercera ciudad más grande y poblada de Andalucía tras Sevilla y Málaga, y la 12ª de España. Su área metropolitana comprende ocho municipios, con una población de 363.326 habitantes, la 23ª más poblada de España. ⁵ Hoy es una ciudad de tamaño medio, en cuyo casco antiguo aún podemos contemplar edificaciones con elementos arquitectónicos de cuando Córdoba fue la capital de la Hispania Ulterior en tiempos de la República romana, o de la provincia Bética durante el Imperio romano y del Califato de Córdoba durante la época musulmana, cuyos dirigentes gobernaron gran parte de la península ibérica. Córdoba habría sido a finales del primer milenio la 2ª ciudad más grande, culta y opulenta de Europa. Las mezquitas, las bibliotecas, los baños y los zocos abundaron en la ciudad, gestándose las bases del Renacimiento europeo. Tiene 7.400 camas hoteleras
Cuenca	332.975	Cuenca es un <u>municipio español</u> perteneciente a la comunidad autónoma de <u>Castilla-La Mancha</u> y una ciudad, capital de la <u>provincia homónima</u> . Está situada algo al norte del centro geográfico de la provincia, a una altitud media de 946 msnm y su extenso término municipal, de unos 911 km ² es uno de los mayores de España. ⁴ El municipio contaba con una población empadronada de 54 876 habitantes en 2017 (INE). Aunque en los alrededores de la ciudad se tiene constancia de población desde el <u>Paleolítico Superior</u> , ⁶ no es hasta la <u>conquista musulmana</u> cuando se construye la fortaleza de Qūnka, que dio origen a la ciudad actual. ⁷ Esta se contaba, en origen, entre las otras tantas de la <u>Cora de Santaver</u> pero fue ganando importancia paulatinamente. Su capacidad hotelera es de 2.200 plazas

Granada	3.259.053	Es una ciudad y municipio español, capital de la provincia homónima, en la comunidad autónoma de Andalucía. Está situada en el centro de la comarca Vega de Granada, a una altitud de 680 m s. n. m., en una amplia depresión intrabética formada por el río Genil y por el piedemonte del macizo más alto de la península ibérica, Sierra Nevada, que condiciona su clima. La ciudad es sede del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, Ceuta y Melilla, máximo órgano del poder judicial en la comunidad autónoma, así como de la Fiscalía de Andalucía, del Consejo Consultivo de Andalucía, del Colegio Notarial de Andalucía y de la Archidiócesis de Granada. Alberga otras instituciones autonómicas de índole cultural o científica como el Centro de Documentación Musical de Andalucía, la Biblioteca de Andalucía, el Instituto de Astrofísica de Andalucía, el Instituto Andaluz de Geofísica y Prevención de Desastres Sísmicos, el Instituto de Academias de Andalucía, el Centro de Estudios Escénicos de Andalucía o el Consejo Escolar de Andalucía. Asimismo, es sede del Mando de Adiestramiento y Doctrina del Ejército de Tierra de las Fuerzas Armadas Españolas. En 2017 la habitaban 232 770 personas. Ofrece 14.100 camas en hoteles
Salamanca	1.103.178	Es un municipio y ciudad española, capital de la provincia homónima, situada en la comunidad autónoma de Castilla y León. Está ubicada en la comarca del Campo de Salamanca, en plena meseta Norte, en el cuadrante noroeste de la península ibérica. Tiene una población de 144 436 habitantes empadronados (INE, 2017). Su área funcional estable alcanza los 203 999 ciudadanos, lo que la convierte en la tercera más poblada de la comunidad, tras la de Valladolid y la de León. Los orígenes de la urbe se remontan a hace unos 2700 años, durante la primera Edad de Hierro, cuando los primeros pobladores de la ciudad se asentaron en el cerro de San Vicente, a la ribera del Tormes. Desde entonces, la metrópoli ha sido testigo del paso de diversos pueblos: vacceos, vetones, romanos, visigodos y musulmanes. Raimundo de Borgoña, yerno del rey Alfonso VI de León, fue el encargado de repoblar la ciudad durante el Medievo y asentar las bases de la Salamanca actual. Tiene 5.700 camas hoteleras.
Sevilla	5.226.402	Es un municipio y una ciudad de España, capital de la provincia homónima y de la comunidad autónoma de Andalucía. Cuenta con 689 434 habitantes en 2017,6 por lo que es la ciudad más poblada de Andalucía, la cuarta de España7 después de Madrid, Barcelona y Valencia y la 32. ^a de la Unión Europea. El municipio tiene una extensión de 140,8 km ² .8 El área metropolitana de Sevilla está compuesta por 46 municipios, incluye a una población de 1 535 379 habitantes (INE, 2016), y ocupa una superficie de 4905,04 km ² . Su casco antiguo es el más extenso de España y el sexto más grande de toda Europa tras los de Roma, Nápoles, Venecia, Florencia y Génova, con 3,94 kilómetros cuadrados, y su casco histórico uno de los más grandes de España (nótese la diferencia entre casco antiguo, que solo incluye la zona histórica anterior a la Revolución Industrial, y casco histórico, que abarca estadios posteriores). Su patrimonio histórico y monumental y sus diversos espacios escénicos y culturales la constituyen en ciudad receptora de turismo nacional e internacional, en efecto se trata de la tercera capital más visitada de España, tras Barcelona y Madrid. Entre sus monumentos más representativos se encuentran la catedral (que

		incluye la Giralda), el Alcázar. Su censo hotelero es de 21.800 camas en hoteles.
Toledo	918.198	Es un municipio y ciudad de España, capital de la provincia homónima y de la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha. Es conocida como «la ciudad imperial» por haber sido la sede principal de la corte de Carlos I ⁵ y también como «la ciudad de las tres culturas», ⁶ por haber estado poblada durante siglos por cristianos, judíos y musulmanes. Cuenta con 84 282 habitantes (INE, 2018) y era el tercer municipio más poblado de la comunidad autónoma en 2018. El casco histórico está situado en la margen derecha del Tajo, en una colina de cien metros de altura sobre el río, el cual la ciñe por su base, formando un pronunciado meandro conocido como «Torno del Tajo». El municipio cuenta con barrios muy separados del núcleo principal: el de Azucaica, en la orilla derecha del río, que tiene su origen en una antigua pedanía de la ciudad, dista unos 7 km del centro de la ciudad, mientras que el de Santa María de Benquerencia, situado prácticamente enfrente del anterior en la margen izquierda del Tajo, sitúa su centro a unos 8 km del de la ciudad. Posee 4.500 plazas en hoteles.

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. DESTINOS DE DIVERSIDAD TURÍSTICA

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa
Almería	845.202	Es una <u>ciudad y municipio español</u> , capital de la <u>provincia homónima</u> , en la comunidad autónoma de <u>Andalucía</u> . Es el centro neurálgico de la <u>Comarca Metropolitana de Almería</u> , en el extremo sureste de la <u>península ibérica</u> y de la comarca turística de Almería-Cabo de Gata-Níjar. La rodean por el oeste la sierra de Gádor, por el norte Sierra Alhamilla y por el este el valle y delta del río Andarax y, más allá, una llanura que culmina en la <u>sierra de Cabo de Gata</u> . Al sur, su puerto y litoral se abren a una amplia <u>bahía</u> sobre el <u>mar Mediterráneo</u> . Es la sede de la <u>diócesis que lleva su nombre</u> . En <u>2005</u> fue asimismo sede de los <u>XV Juegos Mediterráneos</u> . Ofrece 5.000 camas hoteleras.
Cáceres	431.029	Es una ciudad y municipio español situado en el centro de la comunidad autónoma de Extremadura. La ciudad es capital de la provincia homónima desde 1822 y capital judicial de Extremadura desde 1790. Con 96.068 habitantes en 2018, es el municipio más poblado de la provincia, con el 24,23% de la población total de la misma. Es además el municipio más extenso de España con una superficie de 1750,33 km ² . La ciudad vieja de Cáceres fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1986, ya que es uno de los conjuntos urbanos de la Edad Media y del Renacimiento más completos del mundo. La Concatedral de Santa María, el Palacio de las Veletas (Museo provincial de Cáceres), los palacios de los Golfines (de Arriba y Abajo), la Casa del Sol, la Torre de Bujaco o el Arco de la Estrella son algunos de sus monumentos más notables. Asimismo, destaca por ser la sede del Campus de Cáceres y por su dinámica vida cultural en el conjunto de la comunidad autónoma. Tiene 2.500 camas hoteleras.
Cádiz	563.717	Es una ciudad y municipio de España, capital de la provincia homónima, en la comunidad autónoma de Andalucía. Con 116 979 habitantes empadronados en 2018 (INE), ⁷ es la ciudad más poblada de la bahía de Cádiz y la tercera de la provincia tras Jerez

		de la Frontera y Algeciras. Situada al sur de la península ibérica, en el extremo suroccidental de la Europa continental, 89 conforma junto con los municipios de Chiclana, El Puerto de Santa María, Jerez, Puerto Real, Rota y San Fernando la llamada Mancomunidad de Municipios Bahía de Cádiz. Cádiz es una isla que se separa del continente por un estrecho canal llamado Caño de Sancti Petri que atraviesa las marismas. Su censo hotelero es de 2.600 plazas.
Coruña (A)	946.469	Es una ciudad y un municipio de España de la comunidad autónoma de Galicia, capital de la provincia homónima. Importante puerto histórico, se sitúa en la costa noroeste de la península ibérica, en las Rías Altas. El centro de la ciudad se extiende sobre una península unida a tierra firme por un estrecho istmo, por lo que presenta dos fachadas marítimas distintas: la portuaria (hacia la ría de La Coruña) y otra de mar abierto, hacia la ensenada del Orzan, y sobre la que se extienden las principales playas urbanas (Riazor y Orzan). El municipio de La Coruña tiene una población de 244.099 habitantes (INE 2017), ⁵ el segundo más poblado de Galicia después de Vigo. Alrededor de la ciudad se ha desarrollado el área metropolitana homónima por los municipios vecinos que, junto a la cercana área metropolitana de Ferrol, forma una conurbación de 648.983 habitantes que aglutina a algo más de la mitad de la población total de la provincia y casi la cuarta parte de la población de la comunidad gallega. Posee 5.300 camas hoteleras
Lugo	284.890	Es una ciudad y municipio de España, capital de dicho municipio y de la comarca y provincia homónimas. Se ubica en el noroeste del país, en la comunidad autónoma de Galicia. Ostenta el título de La Muy Noble y Leal Ciudad. La ciudad, de origen romano, fue fundada en el año 25 a. C. por Paulo Fabio Máximo y es la más antigua de Galicia. Construida en las cercanías de un castro, en la época romana recibió el nombre de Lucus Augusti. Numerosos restos romanos, muchos de ellos conservados en el Museo Provincial, son testimonio de sus primeros años de historia, especialmente su muralla romana, única en el mundo que conserva todo su perímetro y declarada Patrimonio de la Humanidad en el año 2000. A pesar de que su provincia tiene mar, es una ciudad interior que dista de la costa 85 km. Su capacidad hotelera asciende a 1.700 camas.
Alcalá de Henares	484.820	Es una ciudad española perteneciente a la Comunidad de Madrid. Su término se extiende sobre la comarca natural de La Campiña, aunque parte de este se extiende sobre La Alcarria. Culturalmente, pertenece a la comarca de Alcalá de la que además es su capital. Tiene una población de 193 751 habitantes, a 1 de enero de 2018, y 87,72 km ² . Está situada en la Cuenca del río Henares, al este de la región. Sus distancias respecto a otras ciudades son 22 km de Guadalajara y 31 km de Madrid. Es el tercer municipio más poblado de la Comunidad de Madrid y el 31.º de España. La Administración local se ha acogido a la Ley de Grandes Ciudades. Posee 2.500 plazas hoteleras.
Nerja	932.071	Tiene una larga historia probada por las pinturas encontradas en la Cueva de Nerja, descubierta en 1959, que podrían constituir las imágenes de arte rupestre más antiguas de la historia de la humanidad con 42.000 años de antigüedad. Bajo el dominio musulmán, su nombre fue Narixa, que significa «fuente abundante» y es el origen del nombre actual. Desde la década de los 60 es un destino turístico preferencial perteneciente a la Costa del Sol. En 2010 cuenta con una población oficial de casi 22.000

		habitantes, siendo un tercio de los residentes extranjeros, predominantemente ingleses. Nerja posee un clima suave todo el año, que permite el cultivo de frutos subtropicales como la chirimoya, el aguacate o mango. Tiene 4.300 camas hoteleras.
Murcia	757.706	Es una ciudad española, capital del municipio del mismo nombre y de la comunidad autónoma de la Región de Murcia. Es el centro de la comarca de la Huerta de Murcia y de su área metropolitana. Está situada en el sureste de la península ibérica a orillas del río Segura, en la denominada depresión prelitoral murciana, a 40 kilómetros del mar Mediterráneo. Con 447 182 habitantes (INE, 2018), Murcia es el séptimo municipio más poblado de España. El área urbana de la ciudad (o zona metropolitana), aunque no establecida oficialmente, comprendería a unos diez municipios de la Región de Murcia, contando con una población de 650.468 habitantes en 2018, repartidos en una superficie total de 1.230,92 km ² , con una densidad de población de 528 hab/km ² . De este modo, el área urbana de Murcia ocuparía el 10º puesto en la lista de áreas metropolitanas de España. Tiene 4.700 plazas hoteleras.
Teguise	2.451.758	Es un municipio español perteneciente a la provincia de Las Palmas, en la Comunidad Autónoma de Canarias y situado en el centro de la isla de Lanzarote. Su capital es la Villa de Teguise o simplemente La Villa. El municipio se extiende en una franja que va desde la costa este a la oeste, y comprende diversas localidades, así como las islas e islotes del archipiélago Chinijo. La Villa, fue la capital de Lanzarote hasta el traslado en 1847 de la sede a la ciudad de Arrecife. En la actualidad, Teguise es el segundo municipio más poblado de Lanzarote, tras Arrecife. El municipio de Teguise, con sus 263 km ² , es el más extenso de la isla de Lanzarote. En el interior del mismo, a los pies de la Caldera de Guanajay, se sitúa la capital municipal, la Villa de Teguise Posee 8.700 camas hoteleras.
Zaragoza	1.836.598	Es una ciudad y un municipio de España, capital de la provincia homónima y de la comunidad autónoma de Aragón. Perteneciente a la Comarca Central —de la cual no es capital, sino la vecina Utebo—, tiene un régimen especial como capital de Aragón (Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón). Con una población de 666.880 habitantes (INE, 2018) ¹¹ es la quinta ciudad más poblada de España, tras Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla. La ciudad cuenta con un PIB nominal de 135.987 millones USD y un PIB per cápita nominal de 26.119 USD, lo que representa un PIB PPA per cápita de 26.120 USD, siendo la 4.ª ciudad española en actividad económica. Su censo hotelero es de 10.500 camas.

INVENTARIO MODALIDADES TURÍSTICAS. DEPORTIVO

Municipio	Estancias hoteleras	Caracterización cualitativa:
Tarifa	335.149	Pese al alza, el sector admite que el país tiene tanto potencial como margen de mejora para convertirse en uno de los principales destinos de turismo activo del mundo. En el punto más meridional de la Península Ibérica se encuentra la que está considerada la meca del windsurf y kitesurf en Europa. Por su ubicación, la zona es conocida como la «ciudad entre dos mares». Casi cada día sopla el viento de Levante o Poniente y aunque sea incómodo, hace que Tarifa sea destino de grandes profesionales de este deporte.
Ciudad Real	207.419	Se ha inaugurado 'Mencatur 2019' Esta feria pone en valor los recursos endógenos de la comarca como son la caza, la

		artesanía, el turismo y la gastronomía. En este sentido se ha destacado que Mencatur pone en valor la importancia de la actividad cinegética, actividad que genera puestos de trabajo tanto en la hostelería y el comercio como en profesiones más tradicionales.
Benasque	241.025	Si hay un lugar en España que se pueda relacionar con deportes de aventura, éste es sin duda la Sierra de Guara, situada en la provincia de Huesca. Está considerado el paraíso europeo del barranquismo en Europa, sin embargo, se pueden practicar otras actividades como descenso de aguas bravas o kayak.
Sallent de Gállego	242.977	En el punto más meridional de la Península Ibérica se encuentra la que está considerada la meca del windsurf y kitesurf en Europa. Por su ubicación, la zona es conocida como la «ciudad entre dos mares». Casi cada día sopla el viento de Levante o Poniente y aunque sea incómodo, hace que Tarifa sea destino de grandes profesionales de este deporte.
Cazorla	101.926	Con una superficie aproximada de 68.000 HAS se trata de uno de los mayores terrenos cinegéticos de España, siendo declarado Coto Nacional de Caza en 1960 por su abundancia de especies como la cabra montés, el jabalí, el ciervo, el gamo y el muflón, y más tarde como Reserva Andaluza de Caza. Forma parte del Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, declarado a su vez como Reserva de la Biosfera por sus valores socioculturales y ambientales. Es impresionante el escarpado relieve originado por la abundancia de cursos de agua destacando el ancho y profundo valle del Guadalquivir, coronado de paredes rocosas de gran altura y dominado por frondosos bosques de pino laricio.
Ribadesella	122.573	Aunque se puede practicar casi cualquier actividad deportiva, el rey es el surf. Playas como la de Mundaka (Vizcaya), playa de Somo (Cantabria), playa de San Lorenzo en Gijón o Santa Marina y Vega en Ribadesella (Asturias) o playa de Riazo (Galicia), son algunas de las que se puede disfrutar del surf. Como el descenso del Sella.
Santa Cruz de Tenerife	577.350	El buen clima y la orografía de islas como Tenerife hacen que se pueda practicar cualquier deporte de aventura desde deportes acuáticos como piragüismo, kayak o snorkel, hasta deportes de montaña .

El turismo deportivo movió en España 13.800 millones de euros en 2017 y, hasta abril de 2018, tres millones de extranjeros llegaron al país para hacer deporte. Pese a esta alza, el sector admite que el país tiene tanto potencial como margen de mejora para convertirse en uno de los principales destinos de turismo activo del mundo.

3.- Estudio y descripción de la capacidad actual de atracción de Madrid, como destino de turismo urbano

3.1 Valoración estadística del turismo urbano en Madrid. Período 2000/2017- cuota relativa respecto al conjunto nacional

a. Caracterización de la demanda del turismo en Madrid capital

Se ha de comenzar la valoración de la demanda turística en la ciudad de Madrid, considerándole a este destino como mayoritariamente urbano. Causado por las condiciones que caracterizan dicha clase de

turismo. Y motivado por las prácticas y manifestaciones que se originan de manera importante por la tipificación de la oferta turística que se desarrolla en la capital.

De manera preferente se estudiará en este epígrafe la evolución de la demanda turística en Madrid. Buscando una aproximación a la valoración del número de turistas o de los visitantes recibidos por la capital en los últimos diez años. Utilizando en primer lugar la información que recogen las encuestas de ocupación del Instituto Nacional de Estadística. Considerando, con mayor interés, el conjunto de la estructura de llegada a los hoteles y a otros alojamientos extra hoteleros. Tanto en términos de viajeros como de estancias.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VIAJEROS LLEGADOS A LOS HOTELES DE MADRID

	RESIDENTES EN ESPAÑA	NO RESIDENTES EN ESPAÑA	TOTAL
2007	3.913.373	3.404.384	7.317.757
2008	3.851.819	3.431.132	7.282.951
2009	3.800.753	3.365.723	7.166.476
2010	4.023.172	3.848.708	7.871.880
2011	4.151.917	4.166.694	8.318.611
2012	4.030.003	3.897.406	7.927.409
2013	3.832.576	3.688.258	7.520.834
2014	4.356.410	4.027.892	8.384.302
2015	4.472.588	4.421.930	8.894.518
2016	4.457.226	4.610.812	9.068.038
2017	4.414.794	4.994.590	9.409.384
	Crecimiento acumulado residentes	Crecimiento acumulado no residentes	Media global
	1,1281	1,467	1,286

Fuente: INE EOH

La información que se presenta pone de manifiesto el crecimiento que ha proyectado la variable "llegada de viajeros a Madrid", tanto de residentes, como de no residentes, desde el año 2007 al 2017. Pudiéndose extraer las siguientes conclusiones:

- El crecimiento global aumentó en el período de diez años el 28,6 por ciento
- El crecimiento de no residentes se manifestó muy acelerado, hasta el 46,7 %
- Por el contrario, el crecimiento de los residentes evolucionó de modo lento. Prácticamente, sólo algo más del 1 %

Es importante resaltar que en diez años, la hotelería de Madrid capital aumentó en más de dos millones de viajeros, los que llegaron a la ciudad, de modo muy especial por los atractivos y razones de orden ciudadano (la visita obligada por diferentes motivos, el deseo de gozar de su monumentalidad, la motivación de numerosas reuniones y congresos, o las causas administrativas, legales o educativas, viajes que mueven hacia la capital millones de personas, que además de cumplir con un conjunto de razones obligaciones o deseos, aprovechan para disfrutar de la riqueza turística que ofrece Madrid.

Ahora bien, es importante que también, de manera paralela, se pueda comparar la evolución del número de llegadas de viajeros, como el aumento del número de estancias o pernoctaciones que aquellos visitantes de los hoteles de Madrid mantuvieron durante el período analizado.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTANCIAS REALIZADAS EN LOS HOTELES DE MADRID

	RESIDENTES EN ESPAÑA	NO RESIDENTES EN ESPAÑA	TOTAL	ESTANCIA MEDIA
2007	6.860.433	7.333.570	14.194.003	1,94
2008	6.568.052	7.358.138	13.926.190	1,91
2009	6.450.821	7.202.562	13.653.383	1,91
2010	6.926.265	8.266.509	15.192.774	1,93
2011	7.164.027	9.247.342	16.411.369	1,97
2012	6.931.265	8.523.048	15.454.313	1,95
2013	6.583.530	8.265.132	14.848.662	1,97
2014	7.479.028	9.041.177	16.520.205	1,97
2015	7.777.065	10.041.366	17.818.431	2,00
2016	7.574.098	10.564.180	18.138.278	2,00
2017	7.591.982	11.739.913	19.331.895	2,05
	Crecimiento acumulado residentes	Crecimiento acumulado no residentes	Media global	
	1,106	1,601	1,362	

Fuente: INE EOH

Cinco consideraciones destacan desde el análisis de las series estadísticas reflejadas. Se aprecia que, durante los diez años analizados se proyectó un fuerte incremento de la demanda pernотaciones de no residentes.

- El aumento general del conjunto del grupo lo hizo el 36,2 %
- El incremento de las pernотaciones calculadas de los no residentes fue del 60,1 %
- El avance de las estancias de los residentes solo se proyectó el 10,6 %; menos que el desarrollo de la variable viajeros
- Se observa el hecho de que el valor de la variable, cuando se refería a viajeros, se identificaba con valores próximos tanto de los residentes, como de los no residentes
- La estancia media global ha crecido durante el período algo más de una décima sobre la estimación o valoración de la demanda turística.

No obstante, al margen del interés que suscite la información sobre duración e influencia del perfil medio, que presentan los dos grupos de viajeros, que llegan a la hotelería madrileña, el análisis separado, parece apuntar algunas hipótesis importantes. Interesantes en cuanto a las razones que tiene cada grupo de viajeros para viajar a Madrid. Ya que los valores que parecen mostrar la media de crecimiento de los residentes, solo alcanza el valor de 1,01 % por viajero. Mientras que la media del 4,82 % por viajero no residente parece indicar que, en la motivación de los primeros, tiene menor interés la motivación del desplazamiento con mayor duración de la estadía. Pues de modo implícito indica la media de los no residentes, un deseo más aparente, por una estancia más larga. Justificada por formas de turismo y prácticas más identificables con el turismo urbano.

Una reflexión sobre la influencia que pueda tener la estancia media de los viajeros, ya de modo indistinto por residentes y por no residentes, puede ayudar a justificar mejor la naturaleza motivacional, que mueve a los viajeros a buscar una u otra forma de turismo, manteniendo una estancia más o menos larga en el destino.

Aunque creemos que se puede afirmar, que la duración media estimada predispone bastante y explica de algún modo, el perfil del turista, de interés mayor por lo urbano, que por formas de turismo más clásicas. Como consecuencia, tras recoger en el cuadro anterior la estructura de la demanda que se aloja en establecimientos hoteleros, según la encuesta de ocupación que se publica mensualmente por el INE, se estudiarán, otros segmentos de viajeros, que se alojan en Madrid en otras clases de alojamientos turísticos, no hoteleros. Y que son investigados por la encuesta de alojamientos no hoteleros, mensualmente publicada por el INE.

La encuesta ahora comentada puede considerarse un trabajo que complementa la encuesta realizada en los hoteles, que puede considerarse un censo. Con fines similares, también con la misma metodología realiza una encuesta mensual, en donde se investiga, preferentemente tres clases de alojamientos: apartamentos turísticos reglados, cuyos resultados se recogen seguidamente, y dos universos paralelos, como son los campamentos turísticos y las casas rurales. Información, que no ha sido recogida en este contexto, por no ser su desarrollo y contenido muy influyentes en la oferta turística de la ciudad de Madrid.

En los cuadros adjuntos se extrae de la encuesta de ocupación del INE la información disponible y explicativa de la evolución en los últimos diez años, del crecimiento de la demanda turística que visita Madrid, y se aloja en apartamentos turísticos de alquiler. Los datos recogidos son en primer lugar el número de viajeros (tanto residentes, como no residentes en España). Después las estancias o pernoctaciones y en tercer lugar la estancia media de cada grupo de viajeros. Se aprecia como dato de especial significado, el fuerte crecimiento en los últimos diez años de las estancias de los no residentes. Y la equiparación de la estancia media del conjunto de viajeros, ya que se percibe su igualdad en el año 2017.

CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE VIAJEROS EN APARTAMENTOS TURÍSTICOS EN MADRID

	RESIDENTES	NO RESIDENTES	TOTALES
2007	171.471	89.331	260.802
2017	251.854	278.532	530.386
Factor aumento	1,469	3,118	2,034

CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE ESTANCIAS EN APARTAMENTOS TURÍSTICOS

	RESIDENTES	NO RESIDENTES	TOTALES
2007	492.840	385.398	878.238
2017	772.134	1.011.203	1.783.337
Factor aumento	1,567	2,624	2,031

EVOLUCIÓN DE LA ESTANCIA MEDIA

	RESIDENTES	NO RESIDENTES	TOTALES
2007	2,874	4,314	3,367
2017	3,066	3,630	3,362

Fuente: INE EOH

Asimismo, se ha procedido a estimar el valor posible de estancias que se calcula en el segmento de las viviendas secundarias, que el INE presenta en su censo de viviendas y población. Que se identifica en un porcentaje muy elevado, como valor máximo del conjunto -tanto de la demanda internacional como de la doméstica- que se genera actualmente, en un conjunto de municipios de la comunidad de Madrid. Aquellos que representan de toda la oferta de segundas viviendas, las que se dedican especialmente a la atención de los turistas que llegan a la ciudad de Madrid.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA NO HOTELERA

	Ocupación 0,35 * Plazas del censo
28005 Alcalá de Henares	609.240
28006 Alcobendas	274.790
28007 Alcorcón	632.490
28013 Aranjuez	268.403
28014 Arganda del Rey	208.233
28047 Collado Villalba	1.420.963
28049 Coslada	106.799
28058 Fuenlabrada	327.168
28065 Getafe	807.252

28074 Leganés	316.054
28079 Madrid	27.828.421
28080 Majadahonda	294.719
28092 Móstoles	800.482
28106 Parla	279.645
28115 Pozuelo de Alarcón	802.909
28123 Rivas-Vaciamadrid	107.310
28127 Rozas de Madrid, Las	900.510
28134 San Sebastián de los Reyes	494.137
28148 Torrejón de Ardoz	320.908
28161 Valdemoro	222.285
	37.022.717

Fuente: Censo INE. Elaboración propia

Por otra parte, con el fin de completar la documentación necesaria, respecto a la demanda turística que visita la ciudad de Madrid, se han elaborado tres resúmenes sobre la realidad turística de la demanda nacional y extranjera que visita la capital. Partiendo de las encuestas del INE sobre el mercado turístico de Madrid.

NÚMERO DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES DE RESIDENTES EN MADRID

AÑOS	MILLONES VIAJEROS	MILLONES DE ESTANCIAS
2015	13,32	39,05
2016	13,04	39,54
2017	13,48	38,14
2018	14,24	40,45
Incremento % 2018/2015	6,91	3,59

Fuente: FAMILITUR

NÚMERO DE PERNOCTACIONES DE RESIDENTES EN ESPAÑA REALIZADAS EN MADRID. AÑO 2018

AÑOS	MILLONES ESTANCIAS	GASTO MEDIO POR PERSONA
Primer trimestre	9.577.666	213,6
Segundo trimestre	9.213.158	218,5
Tercer trimestre	11.246.034	203,8
Cuarto trimestre	10.414.259	200,1
Suma	40.451.117	Euros/ 209

Fuente: FAMILITUR

NÚMERO DE TURISTAS NO RESIDENTES QUE VISITAN MADRID

AÑOS	TURISTAS NO RESIDENTES	CRECIMIENTO %
2016	5.783.137	14,06
2017	6.699.785	15,85
2018	7.121.590	6,30

Fuente: FRONTUR

En este punto se ha de completar la información existente sobre la estancia media de los viajeros que llegan a Madrid. Ya que se estimaba anteriormente el valor resultante de la encuesta de ocupación de los establecimientos hoteleros, y que detallaba que en el período 2007/2017, prácticamente en la última década la estancia media se elevaba a 3,36 días.

Ahora bien, se comprueba manejando la encuesta sobre ocupación hotelera, que la duración de la visita cuando se utilizan los hoteles desciende de modo intenso. Pues prácticamente a lo largo de los doce meses, la media anual de la estancia se sitúa en torno a dos días. Lo que significa 1,3 menos de

duración de la estancia, con relación a la estancia en los apartamentos alquilados en establecimientos regulados-

ESTANCIA MEDIA EN LOS HOTELES DE MADRID AÑO 2017

Enero	2,10
Febrero	1,96
Marzo	1,99
Abril	2,07
Mayo	2,05
Junio	1,98
Julio	1,99
Agosto	2,04
Septiembre	2,03
Octubre	2,03
Noviembre	2,03
Diciembre	2,06

Fuente: INE Encuesta de ocupación

3.2. La oferta actual. Características y desajustes

Seguidamente, tras el breve análisis realizado, sobre los valores más importantes, representativos de la demanda, se presenta un resumen de la información publicada sobre las estadísticas de la oferta de alojamiento turístico. Especialmente, en hoteles y segundas viviendas, dedicadas al ocio, en función del censo del INE.

CAPACIDAD HOTELERA EN EL MUNICIPIO DE MADRID. EVOLUCIÓN DE LAS PLAZAS HOTELERAS. DISTRIBUCIÓN MENSUAL

	2017	2014	2010
Enero	82.988	81.459	75.017
Febrero	83.243	81.459	75.979
Marzo	83.797	81.716	76.105
Abril	84.465	81.496	75.806
Mayo	84.756	81.432	76.087
Junio	84.688	81.286	76.087
Julio	83.081	79.455	76.256
Agosto	80.901	76.875	73.842
Septiembre	83.741	81.475	76.768
Octubre	83.747	82.432	77.121
Noviembre	83.622	82.252	77.226
Diciembre	83.499	81.765	76.081

Fuente: INE Encuesta de ocupación hotelera

Se aprecia, un crecimiento en los siete años del examen, aproximadamente, en el conjunto del año, igual a 7.500 camas. Lo que significa cerca del 10 %, durante el período.

También, como elemento determinante de la oferta, y demostración de la influencia del turismo en el empleo, se ha recogido para el período transcurrido desde el año 2010, al 2017, la estructura temporal de la capacidad de empleo del sector hotelero en la ciudad de Madrid. Pudiéndose observar, que el empleo directo generado por los hoteles se aproxima de media a 12.000 trabajadores, casi de modo permanente.

EMPLEO EN LOS HOTELES DE MADRID. INFORMACIÓN TEMPORAL

	2010	2017
Enero	11.961	11.840
Febrero	11.924	11.953
Marzo	11.895	11.991
Abril	11.962	11.771
Mayo	11.977	12.059
Junio	12.188	11.982
Julio	11.901	11.497
Agosto	11.336	11.209
Septiembre	12.038	11.647
Octubre	12.159	11.688
Noviembre	12.280	11.623
Diciembre	11.914	11.654

Fuente: INE Encuesta de ocupación hotelera

Asimismo, en este epígrafe dedicado a la oferta, se presenta un cuadro explicativo, referente a la estimación o aproximación realizada de la capacidad de alojamiento estimado en Madrid. Estimación realizada en función de un conjunto de coeficientes estimados y calculados por procedimientos indirectos. Siempre con el fin de calcular cuál es en términos proxi, cuál es la capacidad estimada de la oferta de alojamiento con base al censo de segundas viviendas.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA NO HOTELERA

	Viviendas (Censo)	Plazas/diarias= Censo*3,8	Anual = censo*365
28005 Alcalá de Henares	1.255	4.769	1.740.685
28006 Alcobendas	566	2.151	785.115
28007 Alcorcón	1.303	4.951	1.807.115
28013 Aranjuez	553	2.101	766.865
28014 Arganda del Rey	429	1.630	594.950
28047 Collado Villalba	2.927	11.123	4.059.895
28049 Coslada	220	836	305.140
28058 Fuenlabrada	674	2.561	934.765
28065 Getafe	1.663	6.319	2.306.435
28074 Leganés	651	2.474	903.010
28079 Madrid	57.325	217.835	79.509.775
28080 Majadahonda	607	2.307	842.055
28092 Móstoles	1.649	6.266	2.287.090
28106 Parla	576	2.189	798.985
28115 Pozuelo de Alarcón	1.654	6.285	2.294.025
28123 Rivas-Vaciamadrid	221	840	306.600
28127 Rozas de Madrid, Las	1.855	7.049	2.572.885
28134 San Sebastián de los Reyes	1.018	3.868	1.411.820
28148 Torrejón de Ardoz	661	2.512	916.880
28161 Valdemoro	458	1.740	635.100
	76.265	289.807	105.779.190

Fuente: Censo INE. Elaboración propia

No se pretende en este apartado presentar un inventario descriptivo de los recursos, atractivos, motivaciones, o cualquiera otra causa de la oferta turística de Madrid, ya que dicho trabajo no es objeto de este informe acerca del turismo urbano en la ciudad de Madrid. Pero es interesante que, a modo de

guía de contenidos, se pueda estructurar o relacionar los dos grandes grupos que constituyen la oferta motivacional.

Es decir, aquellos que tienen la capacidad de promover un viaje o una estancia, por causa de su patrimonio y de las características específicas que ofrece en el disfrute de su turismo. No aquella oferta que componen las componentes de la logística, que hacen posible la estancia. Como es el caso de los alojamientos, restaurantes y de otros servicios necesarios que, de modo breve, como los hoteles y las segundas viviendas, ya han quedado recogidos en este epígrafe.

ESTRUCTURA DE LA OFERTA MOTIVACIONAL EN LA CIUDAD DE MADRID

Oferta que se identifica por sus características como turismo urbano. <i>Propia de la ciudad de Madrid. Que hace posible el desarrollo de esa clase de turismo por sus propiedades motivadoras exclusivas de la ciudad</i>	Otras modalidades de turismos alternativos, poseídas por Madrid, pero que podrían ofertarse en cualquiera otra ciudad. <i>Ofertas que no se califican de modo estricto turismo urbano de la ciudad de Madrid, ya que sus motivaciones turísticas son genéricas</i>
Recorrido urbano de la ciudad Viajes (negocio, laboral, etc) Museística tradicional de la ciudad Festividades locales propias Monumentalidad de su red urbana Parques y jardines Calendario anual de congresos Actividades de Compras locales Centros educativos y profesionales Otras motivaciones específicas	Viajes culturales, artísticos e históricos Deporte y actividades relacionadas Celebraciones no permanentes Turismo de salud de rutina alternativa Shopping genérico Pensionistas con duración ampliada Celebraciones religiosas sin periodificación Visitas familiares Viajes profesionales de larga duración Otras clases de turismos externos a Madrid

Es importante volver a destacar tres clases de alternativas que podrán definir, los criterios que acoten los caracteres que han utilizarse para definir el turismo urbano. Siempre desde el deseo de llegar a visualizar mejor nuestro trabajo; resolviendo el problema que presenta la aplicación a la ciudad de Madrid. Alternativas que deben ayudar a establecer posibilidades diferentes de interpretación. Que podrán considerar los diversos modos valorar el contenido del turismo urbano. Tres modos de comprender el mismo concepto, pero que necesariamente se formulan por el deseo de reducir el problema de aclarar el significado del turismo urbano.

- El primer criterio se basará en valorar el turismo urbano, como aquel desarrollo turístico que se manifiesta dentro de las fronteras económicas de la ciudad; o lo que es lo mismo, dentro del territorio del municipio.
- Desde otro enfoque solo podrá entenderse como turismo urbano, el que se deriva de la producción o ingresos turísticos, que tienen su origen, y como consecuencia su valor, del gasto que realizan los visitantes en actividades, no identificadas con formas de turismo tradicionales (sol y playa, cultura y tradición, naturaleza, etc.)
- Asimismo, podrá considerarse turismo urbano, desde un enfoque más restrictivo, el que se justifica en el valor que proporciona la compra de un package. Referido exclusivamente a la visita y compra de bienes y servicios concretos. Valor que queda delimitado por la compra de un PK de bienes y servicios.

Un esquema resumen de la oferta motivacional del turismo urbano de la ciudad de Madrid, se puede consultar en el cuadro siguiente. Que visualiza en el cuadro/inventario de los recursos de la ciudad de Madrid las ofertas más conocidas de su realidad turística.

Los doce grupos de motivaciones o atractivos turísticos de la capital que se han seleccionado tienen comportamientos y razones de su influencia distintos. Ya que algunos no son estrictamente recursos turísticos, sino causa del viaje, para poder después ejercer un aprovechamiento de su oferta.

RECURSOS Y RAZONES DEL TURISMO URBANO DE LA CIUDAD DE MADRID

Museística (1) Del Prado Nacional Centro de Arte Reina Sofía Thyssen-Bornemisza Arqueológico	Espectáculos (2) Flamenco Musicales en la ciudad Plaza de Toros Centro Nacional Matadero de Madrid
Tour City (3) Centro y Parque del Buen Retiro Centro y Plaza de España Puerta del Sol y Plaza Mayor Gran Vía y Puerta de Alcalá Circuito Cibeles, Neptuno y Castellana	Visitas Profesionales y laborales (4) Negocios Legales Administrativas Financieras y Bancarias Educativas
Visitas familiares y personales (5) Médicas Sociales Familiares	Deportivo (6) Santiago Bernabéu Wanda Metropolitano Caja Mágica
Histórico / Culturales (7) Palacio Real Catedral de la Almudena Templo de Devod La Casa Encendida Biblioteca Nacional	Gastronomía (8) Casa Lucio Terrazas en las calles de Madrid La Campana Sobrino de Botín Chocolatería San Ginés
Shopping en Madrid (9) Calle Serrano Calle Preciados Centros del Corte Inglés Calle Ortega Y Gasset	Edificaciones en Madrid (10) Torres Kio Cuatro Torres en la Castellana Teleférico Casa de Campo Congreso de los Diputados
Centros de Congresos (11) Palacio de Congresos Castellana Centro de congresos y ferias de IFEMA Palacio de Congresos Municipal Wizink Centre (ant. palacio deportes)	Calles de Madrid (12) Arcos de Cuchillero Plaza de la Villa y Torre de los Lujanes Viaducto Segovia y Jardín las Vistillas Calle de la Encomienda

Si se diferencian en tres niveles por su inmediatez con el motivo y disfrute turístico, se podrá hacer la siguiente distribución motivacional:

Primer nivel	1-2-7-9
Segundo nivel	3- 8-10-12
Tercer nivel	4-5-6-11

Es decir, solo los ejemplos del primer nivel son ofertas motivadoras. El segundo nivel integra motivaciones, pero no tienen el carácter al cien por cien turísticos.

3.3. Proyección posible con horizonte 2025. Viajeros alojados. Tendencias potenciales

Se pretende desarrollar en este epígrafe un ejercicio de proyección del número de viajeros que se estima que llegarán a los hoteles de Madrid, en el año horizonte del 2025. En primer lugar, la proyección se realiza analizando el número de viajeros recibidos en los hoteles, que procedían de otros países. Considerándose influidos por el total de viajeros alojados en otros medios que llegaron a Madrid. Alcanzando la cifra de turistas el valor de 7,13 millones. Aproximadamente, un aumento algo superior a los dos millones de personas.

	VIAJEROS NO RESIDENTES EN LOS HOTELES	TOTAL, DE LLEGADAS DE VIAJEROS
2009	3.365.723	4.820.000
2010	3.848.708	4.630.000
2011	4.166.694	4.480.000
2012	3.897.406	4.460.000
2013	3.688.258	4.230.000
2014	4.027.892	4.550.000
2015	4.421.930	5,080.000
2016	4.610.812	5.780.000
2017	4.994.590	6.700.000
2018	5.162.343	7.130.000

Fuente: EOH del INE y FRONTUR

Para comprobar la bondad del ajuste realizado, se relaciona seguidamente, los estadísticos que garantizan la suficiencia de los estimadores.

SALIDA DE LA REGRESIÓN:	COEFICIENTES
Constante	14,2116470
Error Std de Y Estimador	0,07051316
R al cuadrado	0,72837678
Nº Observaciones	10
Grados de libertad	9
Y (media)	15,2467044
X (media)	1,63035655
Coefficiente (a)	14,211647
Error Std de Coeficiente	0,2118689
t (STUDENT)	67,0775499
Coefficiente(s) 1	0,63486562
Error Std de Coeficiente	0,12923078
t (STUDENT)	4,91265035
D - W =	1,72050976

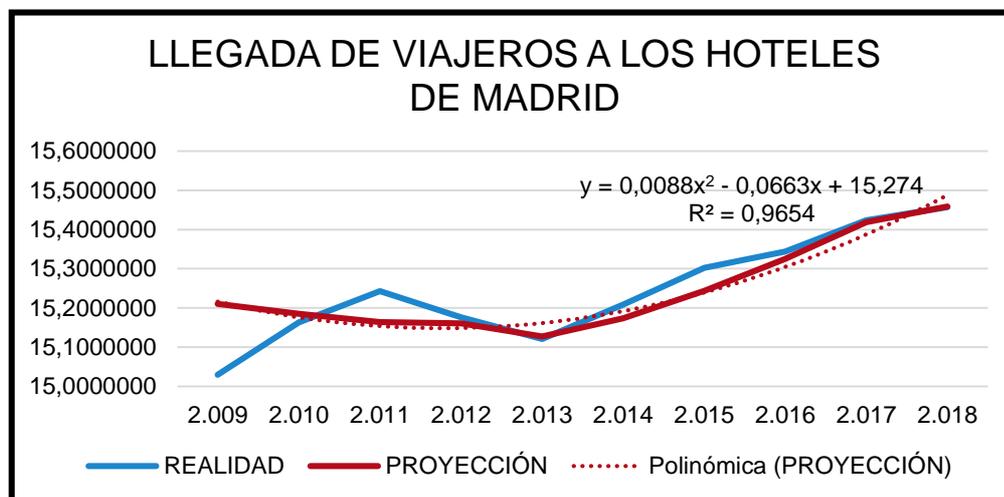
Fuente: Elaboración propia

La verificación de los resultados del análisis de regresión ofrece los siguientes resultados:

- El valor resultante del coeficiente de determinación R al cuadrado es bueno, pero no lo excelente que se desearía, para tener plena confianza en la bondad del ajuste.
- Los valores de las t (STUDENT) son suficientes para demostrar la representatividad de las variables, especialmente el valor que corresponde a la tendencia
- Asimismo, el cálculo de la Durbin Watson permite obviar los problemas de auto correlación y colinealidad, ya que el coeficiente obtenido es excelente
- Habiéndose elegido función de regresión más adecuada la relación polinómica.

Se observa en el gráfico dos fases temporales. Apreciándose en el primer período un desajuste entre las variaciones del número de viajeros llegados a los hoteles de Madrid y el número de turistas que

utilizan el conjunto de los medios de alojamiento. Por el contrario, durante la segunda fase –a partir del año 2013- se observa un relativo buen ajuste. Alcanzando la correlación de las variables un coeficiente igual al 0,9654



Como consecuencia pues del análisis de regresión realizado, se ha procedido a proyectar la función estimada hasta el año 2025:

$$(VHMNR = 1.486.072,1 * VNRM^{0,635})$$

PROYECCIÓN VIAJEROS NO RESIDENTES EN LOS HOTELES DE MADRID 2025

	LN VIAJEROS LLEGADOS A MADRID	LN VIAJEROS EN HOTELES DE MADRID	PROYECCIÓN VIAJEROS EN HOTELES	REALIDAD	DESVIACIÓN
2009	1,5727739	15,2101471	4.033.508	3.365.723	667.785
2010	1,5325569	15,1846147	3.931.827	3.848.708	83.119
2011	1,4996230	15,1637061	3.850.471	4.166.694	-316.223
2012	1,4951488	15,1608656	3.839.549	3.897.406	-57.857
2013	1,4422020	15,1272515	3.712.632	3.688.258	24.374
2014	1,5151272	15,1735492	3.888.559	4.027.892	-139.333
2015	1,6253113	15,2435013	4.170.311	4.421.930	-251.619
2016	1,7544037	15,3254576	4.526.491	4.610.812	-84.321
2017	1,9021075	15,4192297	4.971.488	4.994.590	-23.102
2018	1,9643112	15,4587207	5.171.745	5.162.343	9.402
2025	2,2540000	15,6426341	6.215.768	xxxxxx	xxxxxx

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos del análisis de la regresión realizado conducen a los siguientes valores finales. Calculados, proyectando la realidad de los últimos diez años, de influencia de los viajeros no residentes llegados a Madrid y alojados en los hoteles capitalinos

- Crecimiento esperado de llegadas a Madrid, de viajeros no residentes, procedentes del extranjero, igual a un aumento global durante los nueve años del 47,9 %
- Aumento interanual de las llegadas de viajeros/turistas a Madrid, igual al 4,44 %
- Incremento global para el mismo período, del número de viajeros no residentes, que se alojaron en los hoteles de la capital, igual al 53,36 %

- Aumento interanual del 4,88 % de las llegadas de viajeros/turistas a los hoteles de Madrid. Valor algo superior a la media de los viajeros que se alojan en los hoteles

De modo similar al estudio efectuado de la relación de las variaciones del número de viajeros no residentes, que llegan a la ciudad de Madrid, en función de los turistas registrados en la encuesta de FRONTUR del INE, se realiza para el estudio de la relación de estancias en la hotelería de Madrid, de los residentes en España; que declaran que llegan a la capital, en función de la encuesta de FAMILITUR del INE.

	VIAJEROS EN LOS HOTELES DE MADRID RESIDENTES EN ESPAÑA	LLEGADAS VIAJEROS RESIDENTES A MADRID
2009	3.800.753	12.400.000
2010	4.023.172	11.500.000
2011	4.151.917	12.10.0000
2012	4.030.003	11.100.000
2013	3.832.576	11.000.000
2014	4.356.410	11.100.000
2015	4.472.588	13.300.000
2016	4.457.226	13.000.000
2017	4.414.794	13.500.000
2018	4.387.554	14.200.000

Fuente: EOH del INE y FAMILITUR

Lo mismo que en el caso de los viajeros no residentes, para comprobar la bondad del ajuste realizado, entre personas alojados en los hoteles y movimientos turísticos registrado en la encuesta del INE, FAMILITUR, se relacionan los estadísticos que garantizan la validez de los estimadores.

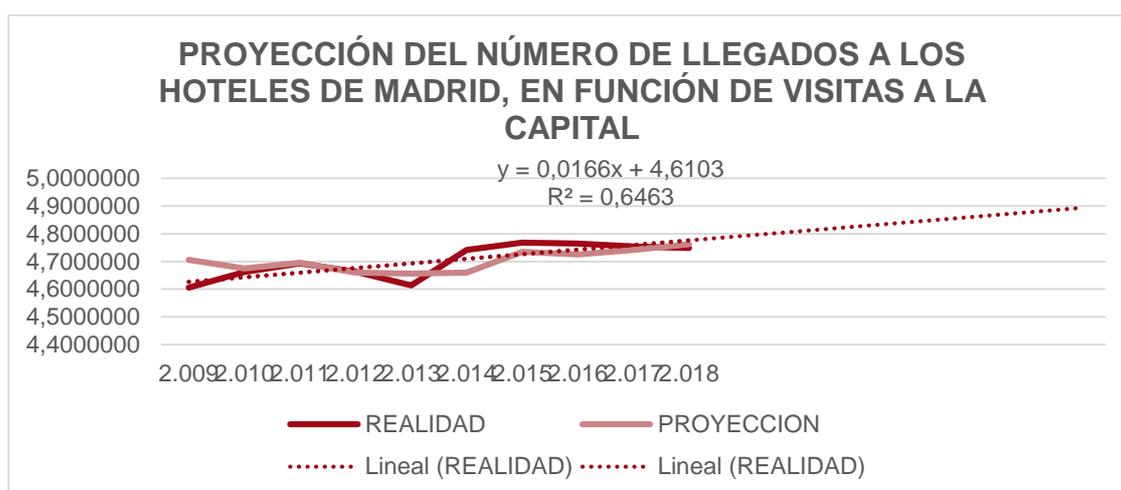
SALIDA DE REGRESIÓN:	
Constante	2,78591461
Error Std de Y Estimador	0,04920745
R al cuadrado	0,3799721
Nº de Observaciones	10
Grados de libertad	9
Y (media)	4,70157293
X (media)	4,59484166
Coeficiente (a)	2,78591461
Error Std de Coeficiente	0,81584107
t (STUDENT)	3,41477611
Coeficiente(s) 1	0,41691498
Error Std de Coeficiente.	0,17752356
t (STUDENT)	2,34850503
D - W =	1,81378974

El control de los resultados del análisis de regresión ofrece los siguientes resultados:

- El valor resultante del coeficiente de determinación R al cuadrado no es suficiente, por lo cual no se ha de creer que exista una adecuada correlación.
- Los valores de las t (STUDENT) son bastante reducidos para demostrar con suficiente garantía la representatividad de las variables

- Asimismo, el cálculo de la Durbin Watson permite obviar los problemas de auto correlación y colinealidad, ya que el coeficiente obtenido es excelente
- Habiéndose elegido función de regresión más adecuada la relación lineal.

Se ha proyectado una función lineal, con mayor nivel de correlación, que el obtenido en el desarrollo del análisis de regresión. Se aprecia de manera evidente, que la situación receptiva, con una profunda inflexión regresiva en el año 2013, produjo un profundo cambio de tendencia, que impidió la consecución de una función de proyección eficiente. La cual hubiera estimar una tendencia lineal, con estadísticos suficientemente rigurosos.



Como consecuencia pues del análisis de regresión realizado, se ha procedido a proyectar la función estimada hasta el año 2025:

$$(VHMR_t = 16,2146411 * VNRM_t^{0,4169})$$

PROYECCIÓN VIAJEROS RESIDENTES EN LOS HOTELES DE MADRID 2025

	LN VIAJES DE RESIDENTES EN MADRID	LN DE VIAJES DE RESIDENTES EN HOTELES	PROYECCIÓN ÍNDICE DE RESIDENTES QUE UTILIZAN LOS HOTELES	REALIDAD DE RESIDENTES QUE UTILIZAN LOS HOTELES	DESVIACIONES
2009	4,6051702	4,7058790	111	100	11
2010	4,5298207	4,6744647	107	106	1
2011	4,5806792	4,6956684	109	109	0
2012	4,4944188	4,6597051	106	106	0
2013	4,4853690	4,6559321	105	101	4
2014	4,4944188	4,6597051	106	115	-9
2015	4,6752377	4,7350913	114	118	-4
2016	4,6524231	4,7255795	113	117	-4
2017	4,6901634	4,7413140	115	116	-2
2018	4,7407157	4,7623900	117	115	2
2025	4,9215912	4,8377997	126	XXXXXXXXXX	-1

Los resultados obtenidos del análisis de la regresión realizado conducen a los siguientes valores finales. Calculados, proyectando la realidad de los últimos diez años, de influencia de los viajeros residentes llegados a Madrid y alojados en los hoteles capitalinos

- Crecimiento esperado de llegadas a Madrid, de viajeros residentes, procedentes de otros lugares de España igual a un aumento global de los siete años del 17,3 %
- Aumento interanual de las llegadas de viajeros residentes a Madrid, igual al 2,5 %
- Incremento global para el mismo período, del número de viajeros residentes, que se alojaran en los hoteles de la capital, igual al 16,3 %
- Aumento interanual del 2,2 % de las llegadas de viajeros residentes a los hoteles de Madrid. Valor inferior a la media de los viajeros que se alojan en todos los medios.

3.4. Impacto económico y su relación con otras modalidades turísticas

La valoración económica del turismo en su conjunto, y como consecuencia, el cálculo o estimación del impacto económico del turismo urbano en Madrid capital, deberá realizarse de acuerdo con los esquemas y estimaciones que se desarrollan seguidamente (España, Madrid Comunidad y municipio de Madrid).

Debe destacarse, que la estimación que se ha realizado del cálculo por componentes de la producción directa y de las rentas directas e indirectas, se ha efectuado en principio, sobre el total de los valores de la renta y la producción de la Comunidad de Madrid; y no solo abarcando estrictamente, lo que le corresponde territorialmente al ámbito municipal de la capital.

El modelo utilizado para desarrollar el cuadro macroeconómico del turismo en Madrid comunidad y en Madrid municipio, se ha efectuado por medio de un sistema digitalizado de coeficientes encadenados. Igual que por los mismos procesos indirectos, se puede estimar, la proporción que corresponde de la producción y de la renta, al ámbito estricto de lo que se puede considerar *turismo urbano*. Que consiste en un proceso iterativo de cuatro etapas, que se apoyan en información, en estos momentos suficientemente sometida a contraste.

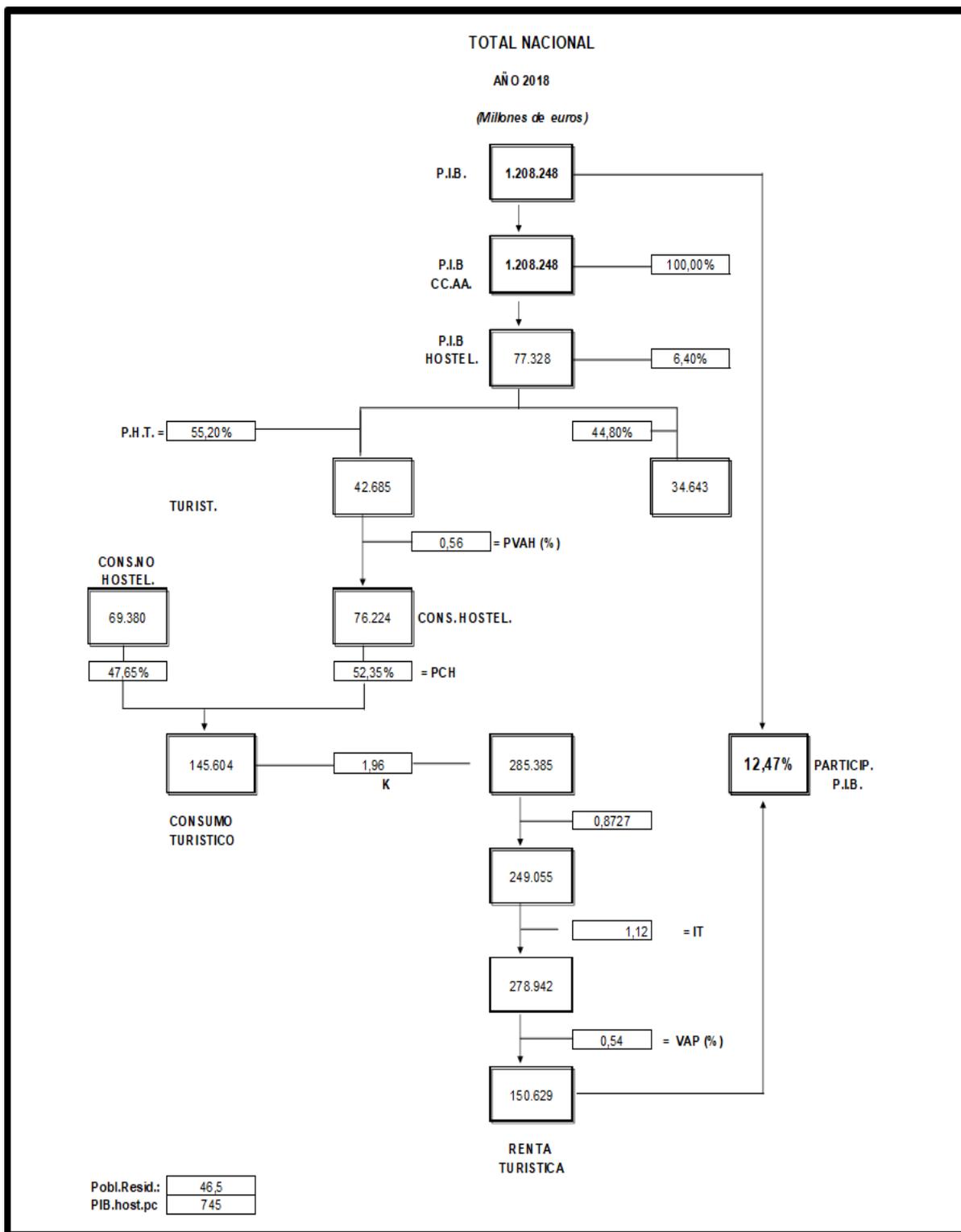
- La etapa primera obtiene de la contabilidad nacional el valor que en la contabilidad regional determina, como VAB de la hostelería de Madrid
- El segundo proceso establece, partiendo de la encuesta de consumos de los hogares y de otros indicadores regionales, que parte del VAB hostelero es consumido por las familias y cuál por los consumidores no residentes
- La tercera etapa valora del VAB hostelero turístico la cuantía de la producción turística hostelera
- Finalizando el proceso, derivando de la cuota del consumo turístico hostelero, el valor que corresponde al consumo turístico global

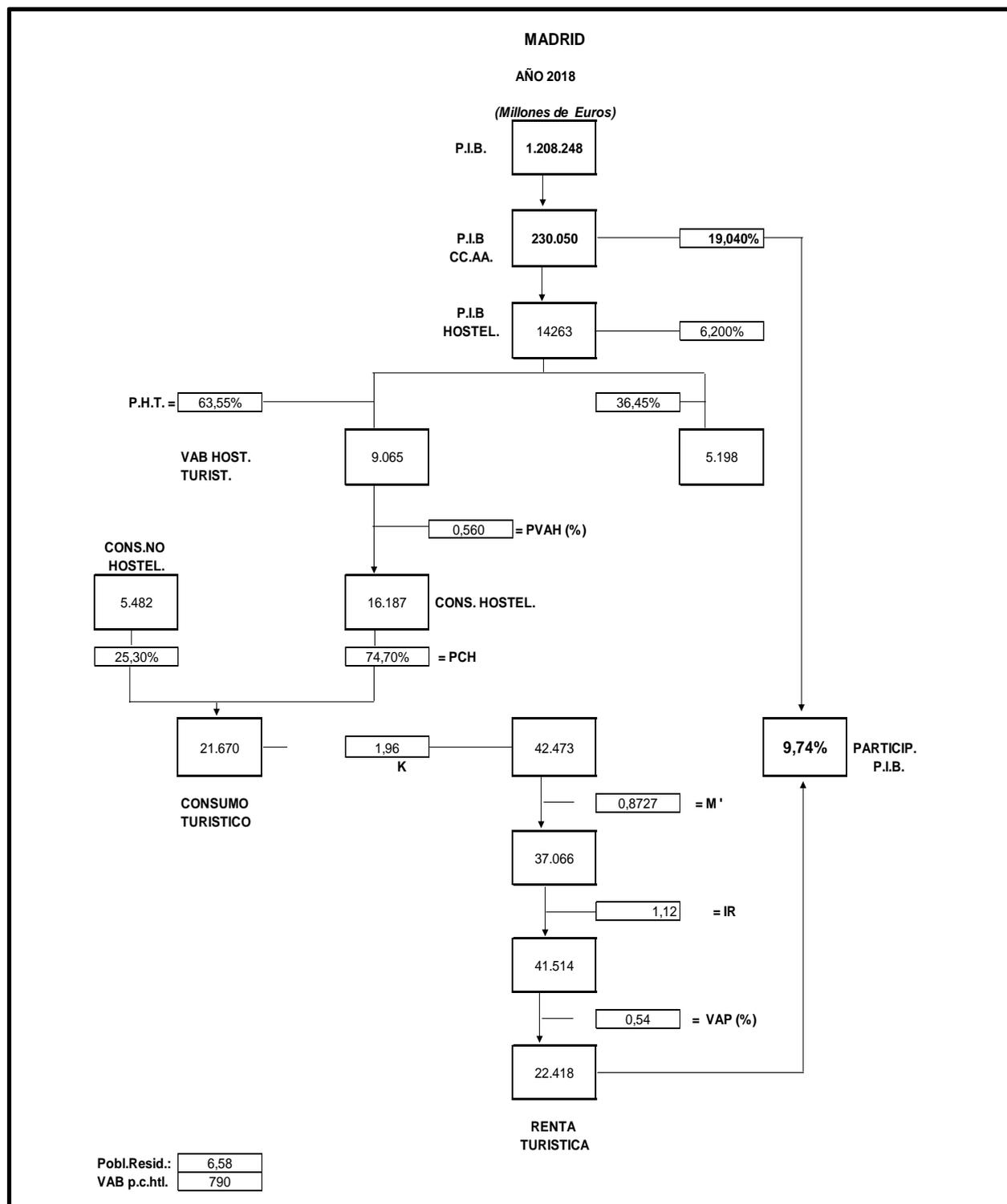
El itinerario seguido para el cálculo de los valores nacionales sigue el itinerario que muestra el esquema anterior. Consumo turístico = $\frac{\{\text{PIBHOST} \cdot \% \text{ consumo HOST. Familiar}\}}{\% \text{ cuota de renta sobre producción HOST}} / \left(\frac{\% \text{ consumo hostelero turístico sobre el total del consumo turístico}}{\{77.328 \cdot 0,5520\}} / 0,56 / 0,5235 \right) = 145.604$ Millones de euros.

De esa manera se facilita llegar a la estimación del consumo turístico, primero de la nación y después el que se deduce correspondiente a la Comunidad Autónoma de Madrid. Del que se partirá para llegar a la estimación del correspondiente al PIB local.

Después se aplica el modelo de estimación de la renta turística:

Renta turística/PIB Local = $\frac{[\text{consumo turístico} \cdot \text{multiplicador de la producción} \cdot \text{reductor importaciones (regionales y extranjeras)} \cdot \text{factor de renta sobre producción}]}{\text{PIB Madrid}} = \% \text{ Renta turística sobre PIB Madrid}$ se obtendrá la cuota de renta del turismo sobre la renta nacional.





Estimándose posteriormente, por métodos indirectos, la cuota de producción y renta que corresponde estrictamente al municipio de Madrid. Calculando que, tras un proceso de estimación y análisis proporcional al peso de las variables de la demanda, el peso concreto del municipio de Madrid resulta igual al 82 % del total de la Comunidad.

PRODUCCIÓN			RENTA	
Producción (D+I) = 37.066 Millones euros (2018)				
Directa (D) = 21.670 millones de euros			Indirecta (I) 15.396 millones de euros	
Turismo no residentes	Excursionismo residentes	Turismo no residentes	Transporte (TI) internacional	Consumo (DF) empresas
5.546	1.885	9.930	1.053	1.756

Notas: TI (Transporte internacional). DF (Demanda final empresas)

Renta (D+I) = 22.418 millones de euros 2.018				
Directa(D) =12.330 millones de euros			Indirecta (I) = 10.088 millones de euros	
Salarios	Cotización social	Consumo de capital fijo	Excedente Bruto	Impuestos producción
8.718	2.624	4.597	4.652	1.827

Los resultados que ofrece la encuesta EGATUR, que realiza el INE con el fin de medir el gasto de los no residentes, presentan valores similares, a los que se deducen del modelo de estimación de la producción turística. Aun considerando, que los valores de EGATUR han de ser superiores a los reflejados en el cuadro siguiente. Ya que, en dicha valoración, también se incorporan los gastos del turismo de no residentes, que no deben trasladarse a la contabilidad española. Ya que son gastos por turismo efectuados, previamente a la realización del consumo turístico o viaje al territorio español.

GASTO EN MADRID POR TURISMO DE LOS NO RESIDENTES EN ESPAÑA

	2016	2017	2018
Gasto total (millones euros)	7.597,41	8.855,09	9.322,51
Gasto medio por persona (€)	1.314	1.322	1.309

Fuente: EGATUR

Otra información que también aparece sesgada en los resultados de las encuestas oficiales es la que se refiere al gasto en turismo realizado por los residentes en España y que se publica en FAMILITUR. El cuadro que se ofrece seguidamente expresa la infravaloración que se estima en dicha encuesta, referida al consumo turístico de los residentes.

GASTO TOTAL EN TURISMO DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA REALIZADO EN MADRID

AÑOS	GASTO TOTAL MILLONES EUROS	ÍNDICE DE VARIACIÓN	GASTO MEDIO VISITANTES
2015	2.312	100,00	54
2016	2.600	112,46	61
2017	2.750	118,94	64
2018	2.977	128,76	62
Variación		28,76 %	14,81 %

Fuente: FAMILITUR

GASTO POR EXCURSIONISMO RESIDENTES (EUROS) COMUNIDAD DE MADRID

Trimestres	EUROS	EXCURSIONES
2018T1	228.816.190	6.555.511
2018T2	248.310.070	6.954.598
2018T3	180.477.990	5.785.071
2018T4	296.785.570	8.490.415
TOTAL	954.389.820	27.785.595

Fuente: FAMILITUR

ÍNDICE SOBRE LA MEDIA DE LAS EXCURSIONES

	Valor absoluto, Índice base = 100			
	2018T1	2018T2	2018T3	2018T4
Madrid, Comunidad	74,0	70,9	51,3	86,2

Fuente: FAMILITUR

El valor resultante de medir el gasto medio por excursión -igual a 34,35 euros- pone de manifiesto la fuerte infra valoración de dicho gasto. Hipótesis que también ha quedado comprobada, valorando el gasto medio por viaje del cuadro precedente. Lo que permite concluir, que la producción turística de la Comunidad de Madrid, estimada en 18.405 millones de euros, es un valor suficientemente garantizado, mediante el tratamiento y contraste de los registros estadísticos manejados.

El estudio realizado sobre la distribución del gasto turístico realizado en función de las diferentes modalidades o alternativas de los consumos turísticos pone en evidencia la gran dispersión o diversidad de productos turísticos que se pueden delimitar. Lo cual puede servir de apoyo para determinar en un municipio, las prácticas que con identidad -en función del gasto- definen el turismo urbano.

Y en paralelo las motivaciones turísticas que con una específica identidad reconocen especialidades turísticas más singulares o diferenciadas. En ese sentido la encuesta del INE presentada como FAMILITUR estructura las diferentes categorías o grupos de gasto, con relación a las motivaciones que han originado el gasto concreto por razón del gasto. La encuesta sobre el turismo de los residentes llega a determinar 21 ítems o causa turística del gasto.

ESTRUCTURA DEL GASTO TURÍSTICO POR CAUSA DE LOS DIFERENTES CAPÍTULOS DE CONSUMOS

CATALUÑA	ESTRUCTURA TURÍSTICA	MADRID
0,046	Negocios y otros motivos profesionales	0,028
0,006	Congresos, ferias y convenciones	0,002
0,015	Desplazamiento al centro de trabajo	0,016
0,024	Otros motivos profesionales	0,010
0,330	Motivos personales	0,357
0,237	Ocio, recreo y vacaciones	0,211
0,068	Turismo de sol y playa	0,060
0,028	Turismo de naturaleza	0,018
0,022	Turismo cultural	0,031
0,000	Turismo gastronómico	0,001
0,013	Turismo deportivo	0,006
0,004	Turismo termal y de bienestar	0,002
0,101	Otro tipo de turismo de ocio	0,093
0,076	Visitas a familiares o amigos	0,128
0,016	Otros motivos	0,018
0,000	Turismo de compras	0,000
0,000	Desplazamiento al centro de estudios	0,001
0,000	Otros motivos de educación y formación	0,004
0,006	Salud	0,004
0,000	Motivos religiosos o peregrinaciones	0,001
0,007	Otros	0,009
1,000		1,000

Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta FAMILITUR. (INE)

La selección de los capítulos o ítems más repetidos o de mayor gasto, parece ofrecer resultados similares para las dos comunidades autónomas más habitadas, y con mayor peso en la economía española. Prácticamente el 42 %. En ese sentido se observa que los cinco conceptos de gasto más elevado ofrecen una cuota de consumo similar. Cataluña 81,2 y Madrid 84,9 %.

Por otra parte, llama la atención que, en el caso de Cataluña, cinco conceptos de gasto no presentan cuota de consumo perceptible. Mientras que esos mismos cinco conceptos, en el caso de Madrid, asciende su gasto agregado al 0,006; sin duda cifra irrelevante.

Ahora bien, la persistencia de los valores relativos del gasto, en ambas comunidades en términos absolutos, permite pensar que al representar ambas regiones un valor agregado similar, puede considerarse aceptable que los resultados medios que se deducen pueden ser interpretables, con capacidad de transmisión o extrapolación a otras de las CCAA españolas. Especialmente en cuanto al gasto relativo y a la estructura de su consumo permanente por epígrafes.

4.- El turismo urbano en cinco ciudades europeas competidoras con Madrid

4.1.- Ámsterdam, Londres, Viena, París y Roma. Características básicas. Modelos genéricos del turismo urbano en el mundo. El sentido de lo universal, como factor de atracción

a. Análisis comparado de ciudades turísticas europeas con un desarrollo permanente

El conocimiento de las características principales que presentan de modo representativo ciertos destinos turísticos -en cuanto a motivaciones y estructura del gasto- es ofrecido por algunas de las ciudades europeas más singulares. Dicho conocimiento será una base de datos, determinante en el momento de plantear análisis comparados de los elementos que explican los comportamientos turísticos de aquellas ciudades. Habiéndose escogido para el estudio programado cinco urbes europeas de especial influencia. Que además siempre han ofertado verdaderos motivos atrayentes.

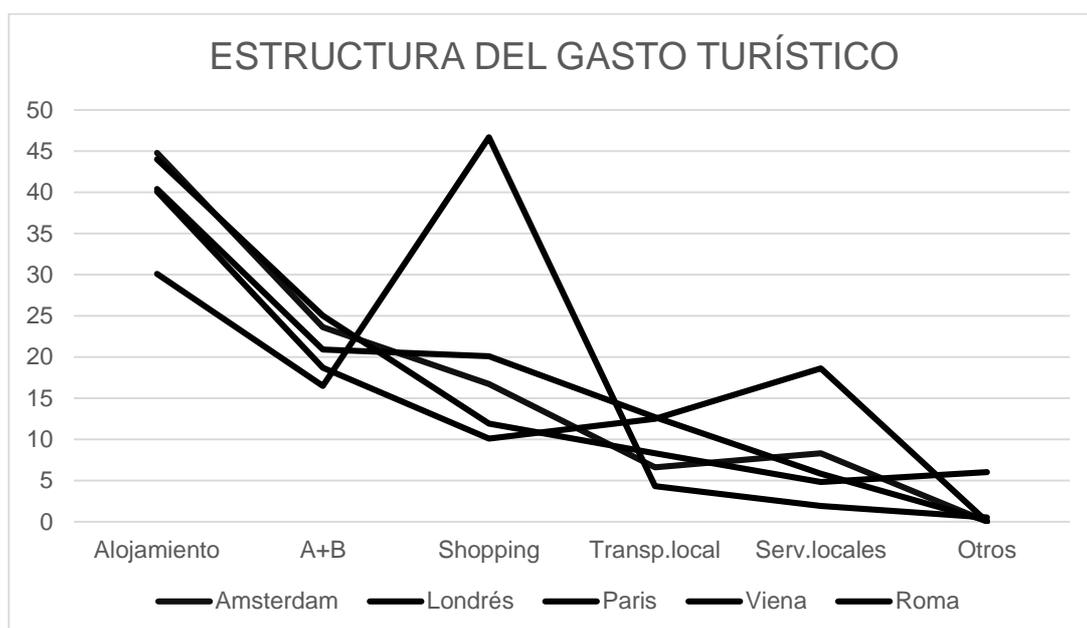
ESTRUCTURA DEL GASTO TURÍSTICO (%)

	ÁMSTERDAM	LONDRES	PARIS	VIENA	ROMA
Business	27,0	20,9	29,7	17,9	13,6
Leisure	73,0	79,1	70,3	82,1	86,4
Alojamiento	44,0	30,1	44,8	40,1	40,4
A+B	25,0	16,5	23,6	18,7	20,9
Shopping	11,9	46,7	16,7	10,1	20,1
Transp.local	8,3	4,3	6,6	12,5	12,7
Serv.locales	4,8	1,9	8,3	18,6	5,8
Otros	6,0	0,5	0,0	0,0	0,1
Pico estac.	Jul/Agosto	Jul/Agosto	Dec/Abril	Jun/julio	Jul/Agosto

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide

Se aprecia inicialmente, en cuanto a la estructura del gasto, varios comentarios básicos:

- Mayor gasto en el alojamiento de Londres y Roma. Y ciudad con menor coste París
- En cuanto al shopping destaca Londres por delante de Roma
- En cuanto al capítulo de alimentos y bebidas se proyecta París como el de menor gasto



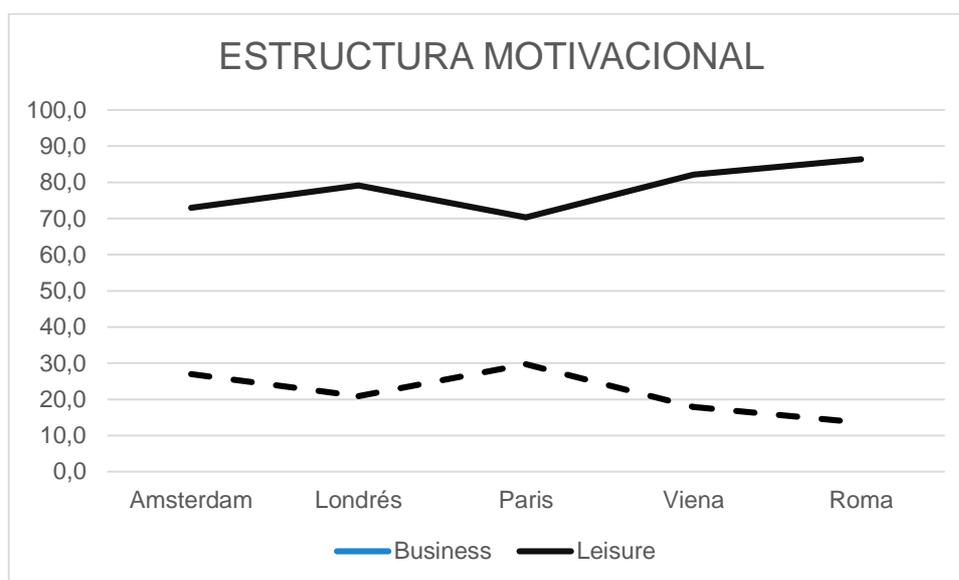
Asimismo, otro aspecto fundamental para conocer el desarrollo turístico de las ciudades turísticas se fundamenta en la subdivisión de las motivaciones, especialmente en dos clases de razones.

MOTIVACIÓN TURÍSTICA (%)

	BUSINESS	LEISURE
Ámsterdam	27,0	73,0
Londres	20,9	79,1
Paris	29,7	70,3
Viena	17,9	82,1
Roma	13,6	86,4

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide

Se confirma que es la ciudad de Roma, aquella que mayor porcentaje dedica a los viajes por ocio y espectáculo (86,4 %). Mientras que es París, la ciudad de la muestra, que menor cuota tiene por causas o motivaciones del viaje trabajo y negocios. (70,3 %).



El gráfico muestra también, las dos funciones explicativas de las cuotas de viaje por trabajo o por ocio. Observándose, que la dedicación al trabajo durante el viaje oscila desde un máximo del 29,7 % al 13,6 %. Y en cuanto al ocio, desde un 86,4 al 70,3 %.

Asimismo, otra información que se requiere en todo proceso de política turística es la que se deriva de la información sobre el período anual de mayor densidad o petición de plazas.

En el cuadro se observa la mayor distribución temporal que experimenta Paris.

PERÍODO ESTACIONAL DE LOS VIAJES

Pico estacional	ENER/MARZ	ABRIL/JUN	JULIO/SEPT	OCTUB/DIC	PICO
ÁMSTERDAM			XXXXXX		JUL/AGOST
LONDRES			XXXXXX		JUL/AGOST
PARIS	XXX	XXXXXX		XXX	MARZ/DIC
VIENA		XXX	XXX		JUN/JUL
ROMA			XXXXXX		JUL/AGOST

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide

Pero en general se aprecia que es la temporada del verano europeo, es decir de julio a septiembre, el período de tiempo que absorbe el mayor número de turistas que visita, las ciudades que se han extraído como muestra de un comportamiento turístico.

Asimismo, con objeto de estudiar el comportamiento concreto del turismo urbano en un conjunto de ciudades europeas, que poseen cierta similitud, con las dos capitales españolas que desarrollan un turismo urbano más elevado y perfectamente definible, se ha estudiado con la finalidad de realizar un análisis paralelo, las características de cinco grandes ciudades europeas, con identidades muy cercanas a los perfiles de Barcelona y Madrid.

CRECIMIENTO DEL TURISMO INTERNACIONAL E INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

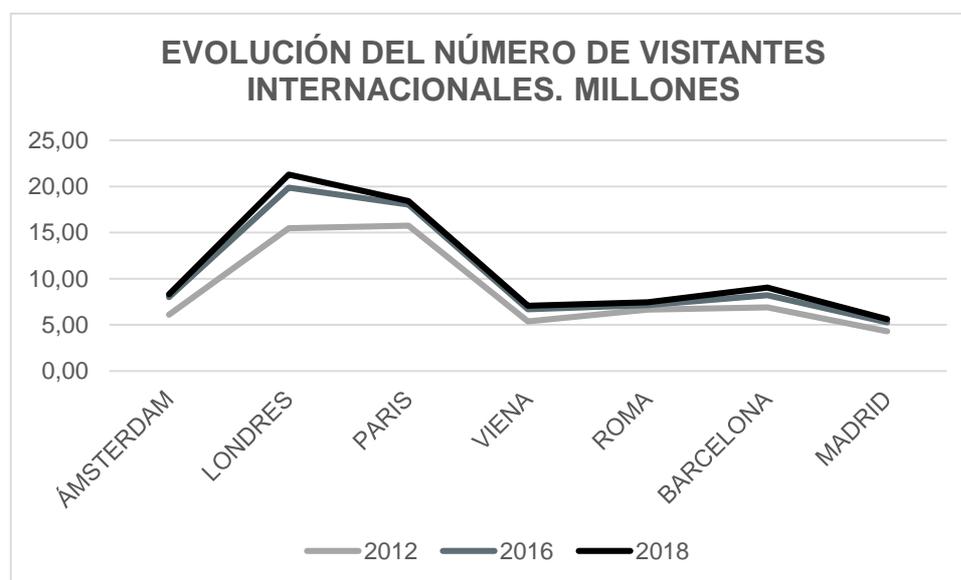
	MILLONES DE VISITANTES NO RESIDENTES			MILLONES \$ (*)
	2012	2016	2018	2018
ÁMSTERDAM	6,1	8,0	8,3	4.200
LONDRES	15,46	19,88	21,28	15.500
PARIS	15,76	18,03	18,41	12.900
VIENA	5,38	6,69	7,05	4.500
ROMA	6,66	7,12	7,45	4.500
Total	49,36	59,72	62,49	41.600

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide. (*) Estimación

MILLONES DE VISITANTES EXTRANJEROS

	2012	2016	2018
BARCELONA	6,91	8,21	9,05
MADRID	4,29	5,26	5,61
Total	11,20	13,47	14,66

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide



El conjunto estadístico para el período de seis años presenta un conjunto de informaciones explicativas del desarrollo turístico de siete ciudades europeas, con elementos característicos muy singulares y significativos.

- Es Londres la ciudad con mayor número de visitantes, y aquella que más ha crecido
- En segundo lugar se percibe que París, cuyo nivel en el 2012 superaba a Londres, ha crecido de manera más reducida

- Por otra parte, el resto de ciudades europeas (Ámsterdam, Viena y Roma) han crecido con valores parecidos. No obstante se observa cierta aceleración de Ámsterdam
- En cuanto a las ciudades españolas se aprecia el fuerte crecimiento de Barcelona, muy por encima de Madrid, superando un crecimiento superior a dos millones de visitantes en solo seis años

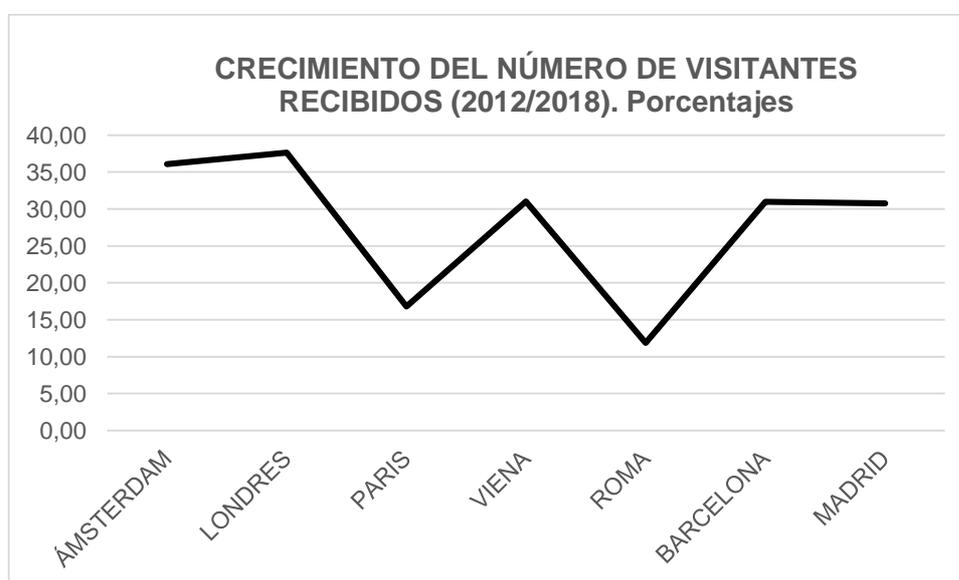
En cuanto a los ingresos por turismo extranjero que absorben los siete destinos analizados, conjuntamente alcanzan la cifra de 58.900 millones de dólares. Que equivalen al 4,1 % del total del gasto del turismo internacional, o de los no residentes. Siendo Londres, seguida muy de cerca por París, la ciudad con mayor ingreso del conjunto de las siete capitales europeas consideradas.

Otro aspecto importante a valorar es el ritmo de crecimiento de las siete ciudades analizadas. Observándose en el cuadro estimado, la mayor aceleración de Londres, seguida de Ámsterdam. Quedando más detenido el alza de Roma y París.

RITMO DE CRECIMIENTO 2012-2018. INCREMENTO PORCENTUAL

ÁMSTERDAM	36,07
LONDRES	37,65
PARIS	16,81
VIENA	31,04
ROMA	11,86
BARCELONA	30,97
MADRID	30,77

Fuente: Elaboración propia



Se aprecia en el gráfico y en los valores estadísticos presentados, que las ciudades de Barcelona y Madrid han tenido un crecimiento, prácticamente igual en los seis últimos años. Lo que ha mantenido una cuota de aumento interanual del 5 %. Comprobándose con las cifras señaladas, para el caso de Londres y Ámsterdam, la fuerte concentración que en los últimos años se ha producido. Generándose graves problemas de masificación turística, en especial en las zonas centrales de la ciudad.

Otro dato que ofrece la información manejada es el gasto total y el ingreso medio que por visitante generan las ciudades estudiadas en este punto. Ahora bien, hay que tener en cuenta que las valoraciones no son estrictamente comparables por la falta de homogeneidad de los perfiles de los

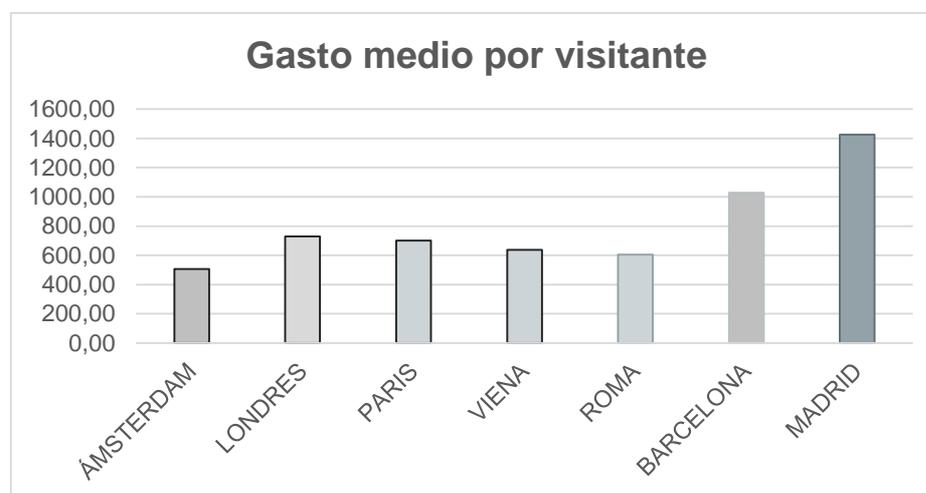
visitantes. Por ejemplo, la estancia media, la categorización de los consumos o la capacidad media de gasto de las diferentes capacidades económicas de los viajeros que visitan las ciudades seleccionadas.



GASTO MEDIO POR VISITANTE EN LAS DIFERENTES CIUDADES (Dólares)

ÁMSTERDAM	506,02
LONDRES	728,38
PARIS	700,71
VIENA	638,30
ROMA	604,03
BARCELONA	1027,62
MADRID	1426,02

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia



Llama la atención el gasto medio por viajero que se manifiesta en los casos concretos de las dos ciudades españolas, pues ambas superan los 1000 dólares por viajero. Y en el caso de Madrid los 1.400 \$.

4.2.- Problemas y desajustes en ciudades europeas en el desarrollo del turismo urbano. Potencialidad turística a corto y medio plazo.

a. Problemas en el desarrollo del turismo urbano

El desarrollo del turismo urbano en la Europa del siglo XXI, en concreto durante los últimos años, está generándose dentro de numerosos problemas. Especialmente por causa de la masificación que se está produciendo. Sin duda, han pasado los períodos temporales –ya fueran veranos, como inviernos- en los cuales el crecimiento de los viajes se producía sin originar desajustes y trastornos. Pero las cifras alcanzadas por los flujos turísticos (3.500 millones de desplazamientos al año de personas viajando dentro de sus fronteras y 1.400 movimientos fuera de sus propias fronteras) han derivado en aglomeraciones de viajeros, que han distorsionado en numerosas ocasiones los mínimos equilibrios exigibles. Necesarios en los desplazamientos de las nuevas clases viajeras. Nacidas por efecto de la aparición y atracción de cientos de destinos turísticos.

Se pretende en este punto considerar en concreto, los problemas que se suscitan por la expansión del turismo urbano, objeto de este trabajo. Ignorando otras modalidades turísticas fundamentales, que se diferenciarán de aquellos movimientos desarrollados dentro de la ciudad. No trataremos pues en este cuadro de los problemas que afectan al turismo, cuando se desarrollan en otras clases de turismo muy específicos diferenciados del turismo urbano. Entre otros:

- el turismo de naturaleza (recursos ligados a la biodiversidad, la montaña, la ecología, el paisaje, el turismo rural, los espacios naturales, los parques nacionales, etc.)
- la cultura y el arte (motivaciones relacionadas con la museística genérica, la historia, el folclore, las tradiciones populares, la gastronomía y el enoturismo, etc.)
- el deporte como atracción y ejercicio personalista (caza, pesca, submarinismo, ejercicio deportivo, esquí, alpinismo, etc.)
- el turismo relacionado al litoral (sol y playa, crucerismo, náutica y navegación y vela)

Considerando como elementos diferenciadores aquellos que delimitan la caracterización y objeto determinante del viaje

Como consecuencia, los problemas que han de preocupar -en cuanto a su incidencia en el desarrollo futuro del turismo urbano- son aquellos que influyen negativamente en el ejercicio libre de la elección de los recorridos. Que dificultan el enriquecimiento social y cultural. Que entorpecen el aprendizaje de hábitos y costumbres. Y que reducen la seguridad personal para el ejercicio y disfrute turístico. Porque como principio se ha de exigir siempre, plena capacidad para el movimiento de las personas en la ciudad. Siendo la ciudad y su realidad el eje centralizador y motivador del viaje.

El turismo urbano -desde el análisis diferenciador de los motivos y atractivos que puede ofrecer, para interpretar sus contenidos- puede sintetizarse, aplicando el ejemplo de los entornos que explican su atracción en las ciudades expuestas. Aquellos que se han seleccionado para la realización de un análisis comparado. De lo que son, de lo que ofrecen y de lo que se diferencian:

- Los paseos por sus calles y avenidas convertidas en paradigma de lo cultural
- La evidencia de la historia impulsando el conocimiento de las tradiciones
- La posibilidad y capacidad para gozar de viajes diferentes y singulares
- Las razones administrativas, sociales y legales que exigen la necesidad de viajar
- Los misterios que encierran las ciudades, logrando el conocimiento de lo oculto
- El turismo urbano como un viaje hacia lo desconocido e inesperado
- Los recorridos por la ciudad, encontrando lo ideal y sintiendo lo monumental

Puede asegurarse que, la mayoría de los problemas que en estos momentos aquejan al turismo urbano, se resumen en la influencia de una grave complicación. Que no es otra, que la masificación. Ahora bien, si se comparan los factores influyentes, se podrá constatar que, en principio, en todos los casos se identifica el mismo problema. Siempre relacionado con la densificación que tiene lugar en ciertos puntos o barrios de la ciudad. Nunca en el conjunto de la ciudad. Ya que los valores que ofrecen los indicadores de densificación no son aparentemente homogéneos. Lo cual no permite hablar de modo general, de que la masificación en términos universales es la causa fundamental y razón de los desajustes que se manifiestan en aquellas.

CIUDADES	SUPERFICIE KM ² (1)	VISITANTES MILLONES (2)	POBLACIÓN (3)	INDICADOR DENSIDAD POBLACIÓN (3/1)	INDICADOR DENSIDAD VISITANTES (2/1)
ÁMSTERDAM	166	8,3	860.124	5.181	50.000
LONDRES	1.572	21,28	8 787 892	5.590	13.537
PARIS	105,4	18,41	2 206 488	20.934	174.667
VIENA	414,8	7,05	1.840 573	4.437	16.996
ROMA	1.287	7,45	2 873 494	2.233	5.789
BARCELONA	102	9,05	1 620 343	15.886	88.725
MADRID	604	5,61	3 223 334	5.337	9.288

Fuente: INE

Si se estudia el cuadro anterior se observará una serie de aspectos que impiden plantear una hipótesis genérica, que hubiera debido servir para enunciar un conjunto de influencias derivadas. Como consecuencia, si se plantea el problema de la masificación de ese modo, se apreciará que no se han demostrado suficientes argumentos para defender tales consideraciones. En ese sentido se podrá comprobar una serie de hechos que habrán de conducir, lamentablemente, a caer en la misma confusión. Por lo que se deberán detectar graves contradicciones, si se acepta la formulación señalada.

Lo que obligará a profundizar en las causas o razones primarias que justifican la falta de juicios severos.

- Se comprueba que es París la ciudad, en donde se aprecia el destino, con mayor densidad de turistas, por causa de la reducida superficie declarada
- Se aprecia que es la ciudad de Barcelona, la segunda ciudad con mayor densidad de visitantes. Siendo Ámsterdam la que ocupa la tercera posición
- En cuanto a los indicadores de población de cada ciudad, cuando se valora el indicador de densidad de París, se reconoce que la densidad turística que posee tiene su causa en la reducida extensión declarada. Caso parecido se aprecia en Barcelona
- También es París la ciudad que presenta la mayor densidad, si se calcula la aglomeración relativa en cuanto a su relación con la población residente.
- Siendo una realidad que las estadísticas son insuficientes y poco representativas, por la falta de metodologías comunes en la elaboración del desarrollo de las fuentes
- Asimismo, es la enorme superficie declarada de los municipios de Londres y Roma, la razón que perturba los resultados. Originando indicadores de densidad de uso del espacio, muy elevados. No causados por otra clase de razones, derivadas de los efectos de las influencias generadas por los condicionantes del turismo urbano.

Los resultados obtenidos en el análisis de indicadores estimados no son lo suficientemente elevados para poder sostener la hipótesis de masificación. Ya que aglomerar una población de 478,5 visitantes por kilómetro cuadrado/día [(3/1)/365] no puede calificarse como exageración de masificación urbana. Ejemplo de París, que es el caso más extremo, aún sin ponderar la duración de la estancia media.

b. Potencialidad turística a corto y medio plazo

Ahora bien, hasta este punto, todavía no se ha tenido en cuenta el problema de la concentración en los ejes determinantes de atracción en una ciudad dominada por el turismo urbano. En ese sentido, si se considera cada una de las siete ciudades estudiadas, no será difícil encontrar en cada una de ellas diez ejes de atracción. Capaces de concentrar a lo largo de un día verdaderas aglomeraciones humanas.

Se puede pensar que los datos ofrecidos por las oficinas estadísticas de los municipios analizados no son esquemas amenazantes de situaciones espejo de graves procesos de masificación del turismo. Tal como podrá comprobarse con un ejercicio lineal que se calcula, aplicando criterios lógicos. Para lo cual se estudiará el caso de París, para 30 kilómetros cuadrados

EJERCICIO DE ESTIMACIÓN DE LA DENSIDAD DE ESPACIO POR TURISMO. SUPUESTO TEÓRICO

Visitantes día	Duración estancias días	Población turística día	Ejes día visitante
50.439	3,5	176.534	2 p. v
Ejes turísticos de atracción	Superficie Km ²	Desarrollo turismo Km ²	Superficie m ²
10	3	30	30.000.000
Media visitas	Factor reductor	Factor máxima ocupación	Superficie por visitante
(1,0) 353.068	1,3 (271.591)	1,2 (423.682)	m ² /85/110/71

Fuente: Elaboración propia

El supuesto realizado, considerando como realidad contrastada, que la densificación media, en ciudades como Madrid, presenta los siguientes indicadores de densidad poblacional, los resultados obtenidos en el análisis del estudio sobre el turismo urbano aparentemente parecen no excesivamente densificados.

Municipio	Población	Municipio	Zona urbana	Zona residencial	Zona residencial
		Habit/Ha	Habit/Ha	Habit/Ha	Viviendas
Madrid	3.155.359	52,19	86,66	226,66	104

Estimándose que, en el supuesto de la alternativa con mayor número de visitantes (zona residencial) el resultado de la densificación por hectárea llevaría a determinar en el supuesto de Madrid un nivel de concentración de 141 visitantes por hectárea. Valor bastante inferior al obtenido en la investigación sobre niveles de aglomeración, que se determinaba para las áreas residenciales con una densidad igual a 227 personas por hectárea.

Considerando pues, la importante diferencia que se observa para el caso de una ciudad como Madrid, entre la población turística visitante, que se aglomera en los ejes turísticos y aquella otra, que se declara normal en un período anual, se percibe la fuerte potencialidad que han de tener las ciudades normalmente organizadas. Aunque es evidente, que en diversos **ejes turísticos** que se caracterizan por el “amontonamiento” de personas, se hace necesario plantear estrategias restrictivas como podrían ser los ejemplos que se destacan seguidamente:

Ámsterdam/Canales Londres/Buckingham París/Campos Elíseos Viena/Schonbrunn
Roma/Vaticano Barcelona/Sagrada F. Madrid/Puerta del Sol

4.3.- Cuadro relativo de indicadores. La historia, la tradición y el arte como tractores de una modalidad turística.

La ciudad que se caracterice por proponer un entorno de turismo urbano, necesariamente, debe tener la capacidad de impulsar los elementos que las diferencie del resto de modalidades, y a su vez ha de crear un sistema de indicadores que permitan la medida de su crecimiento y las tendencias que motiven sus ejes turísticos.

Se puede considerar que los elementos a introducir, para conseguir un conocimiento más completo del turismo urbano han de ser factores tractores de su desarrollo. Capaces de empujar y explicar su función

y proyectar si un territorio, municipio o destino tiene la suficiente preparación para convertirse en dicha clase de turismo. En dicho proceso se destacan entre los factores que deben mencionarse los siguientes:

<p>Estructurales</p> <p>No hay ciudad que pueda considerarse impulsora del turismo urbano, sino dispone de aquellos elementos caracterizadores de su realidad turística. Por tanto, los factores fundamentales serán todos aquellos que son atractivos por su propia naturaleza: calidad, singularidad, excelencia, genialidad, jerarquía, perfección, unicidad, exclusividad, movilidad, etc. Entre ellos se deberían destacar como ejemplos de su realidad la riqueza de los patrimonios, el valor de la continuidad en el tiempo, el reconocimiento de los elementos culturales, la oferta de su imagen, la seguridad de la convivencia, la fortaleza de la logística, la conservación histórica, la autenticidad, etc.</p>
<p>Impulsores</p> <p>Ahora bien, el turismo urbano podría no tener la suficiente capacidad de desarrollo, sino existiesen los factores impulsores, capaces motivar y desarrollar la capacidad de atracción de los valores que poseen los elementos impulsores. De aquellos que tras la interpretación de la existencia de un factor de atracción son movilizados para conseguir impulsar y mantener el desarrollo. Destacan entre otros muchos la continuidad de una imagen motivadora, la aceptación popular, la ordenación de los recursos, la inversión pública, la existencia de una gobernanza ideal, la formación de los interpretes del desarrollo, la coordinación de las actuaciones de los sujetos y actores, etc.</p>
<p>Dinamizadores</p> <p>Sin duda, la fijación de los elementos estructurales que hacen posible el desarrollo, en este caso del turismo urbano, no manifiesta su suficiencia solo con base a los elementos impulsores y estructurales. Sino que exige otra clase de factores dinamizadores. Aquellos que apoyados en los impulsores actúan como agentes movilizados de un conjunto de actuaciones que hacen posible dinamizar situaciones a menudo paralizadas por efecto de la desidia. Dentro de ese grupo de factores destacan prioritariamente, la publicidad favorecedora de la imagen y de los contenidos del recurso, las acciones divulgadoras, la conservación de los bienes, los estímulos, la agenda local 21, etc.</p>
<p>Experimentales</p> <p>Se entiende, desde un enfoque absolutamente experimental, que como muestra -con capacidad de enseñanza y convencimiento- la acción experimental, a través de la reproducción y la demostración pueden enriquecer los cuatro factores instrumentales. Con suficiente influencia para estimular los atractivos disponibles en el entorno del turismo urbano. Destacan dentro de ese conjunto de factores (estímulo de las posibilidades del turismo a desarrollar), aquellos que mediante la simulación y la reproducción pueden ser capaces de hacer posible un conocimiento previo de los atractivos del entorno. Como ejemplo pueden destacarse la realidad virtual y la teatralización previa. Pero, necesariamente, la política para el desarrollo del turismo ha de valorar como necesidad indiscutible, el encadenamiento activo de las cuatro clases de factores considerados.</p>

Poder ejercer una acción estratégica sobre los ejes turísticos de cada espacio, territorio o ciudad, referidos al turismo urbano, requerirá un conjunto de indicadores basados en el método y la referencia estadística. Cuyo contenido habrá de servir para mejorar el conocimiento de dicha clase de turismo. Los indicadores de modo reducido se clasificarán en cuatro grupos. Cuyo tratamiento permitirá clasificar, valorar y plantear estrategias en función de los resultados obtenidos de la información ofrecida.

Como muestra del proceso metodológico, se articulará la estructura de cada uno de ellos seleccionando en principio cinco o seis indicadores por grupo.

a. Indicadores físicos o relacionados con el espacio geográfico (permanencia fija)

- Numero de ejes turísticos o plataformas integradoras de recursos o atractivos
- Cuadro de motivos o recursos de cada eje, valorando la capacidad de acogida en momentos extremos
- Superficie en hectáreas del conjunto de los ejes

- Distribución y medida de la superficie de los ejes en cuatro componentes (áreas de circulación, espacios absorbidos por los atractivos de los recursos, zonas de inmuebles no influyentes sobre el eje turístico y jardinerías y espacios inertes). En porcentajes
- Indicador relativo del espacio asumido por los ejes turísticos con relación a la superficie del espacio a tribuido al turismo urbano del municipio

b. Indicadores de estricta naturaleza turística (trimestral izada)

- Turistas, viajeros o visitantes recibidos por cada eje y por el conjunto de aquellos
- Plazas de alojamiento registradas o reguladas tipificadas por sus características
- Coeficiente de estacionalidad por eje
- Estancias generadas en los medios de alojamiento adscritas a cada eje del espacio turístico urbano
- Motivación primaria causante del viaje, relacionadas por medio de una matriz con el eje o ejes integrados en el balance realizado.

c. Indicadores de producción turística (por año)

- Gasto realizado por los viajeros que tuvieron relación (visita o mandato) por ejes de atracción
- Gasto medio por visitante, distribuido con relación a los ejes turísticos de atracción visitado
- Estimador del PIB generado por la producción turística del conjunto de los ejes del sistema motor del turismo urbano estimado
- Relación entre la riqueza turística generada por los ejes y la renta del municipio
- Indicador comparativo en el municipio entre las producciones atribuidas al turismo urbano, y el resto de las razones de atracción turística

d. Indicadores sociales y ambientales (por año)

- Indicadores de rechazo por eje y motivación turística (antipatías)
- Sucesos adversos contabilizados por ejes
- Coeficientes de estimación de influencia negativa por efecto de la instalación de inversiones contrarias a los equilibrios ambientales y de actuaciones nocivas para las áreas afectadas y los ejes por causa de inadecuados crecimientos turísticos
- Empleo creado por eje e indicadores relativos de eficiencia laboral
- Escala de impactos negativos, aplicando criterios selectivos en función de los efectos que puede causar, según la naturaleza de cada eje.

El desarrollo de los indicadores exigirá la aplicación de una metodología específica o relacionada con la naturaleza de cada uno de ellos. Cuyo objeto determinante será buscar una aproximación a la información más real y las características del cambio. Los puntos clave de su desarrollo serán fundamentalmente, primero establecer un momento base, que para cualquiera de los indicadores deberá ser el año 2010; y, en segundo lugar, construcción de las series, proyectando en el tiempo su evolución temporal (2018).

Con el fin de mostrar un ejercicio práctico que sirva de orientación para la elaboración de una metodología práctica, se simulará un cuadro experimental, para el caso de una ciudad teórica (CT). En donde figurará la valoración del momento base y la estimación empírica de la serie hasta el momento *n*.

INDICADORES GEOGRÁFICOS

Número de ejes 5	5, 6, 6, 6, 7, 7, 8, 8
Número de recursos de los ejes 34	34, 35, 36, 45, 50
Hectáreas en el agregado ejes 1.500	1.500, 2.100.....2.400
Distribución componentes ejes A1(20), A2(30), A3(26) y A4(24)	A1 (20), A2 (30), A3 (26) y A4(24)A1(23), A2(32), A3(24) y A4(21)
Relación superf. Ejes/superf. municipio 15 %	15 %, 16 %.....20 %

La ciudad o municipio investigado, inicialmente se desarrolla sobre la hipótesis de que dispone en el primer momento, para el desarrollo turístico de cinco ejes de recursos. Llegando a promover ocho ejes en el período (2010/2018). Al mismo tiempo que amplía las áreas de atracción de 34 a 50. Dominando

el espacio con recursos para el desarrollo del turismo urbano con 2.400 hectáreas ó 24 kilómetros cuadrados. De cuyo espacio se dedica el 20 por ciento a áreas de **circulación**, el 30 por ciento a los **espacios para el desarrollo** de los recursos turísticos, el 26 % a superficie dedicada a **viviendas y expansión inmobiliaria**, y finalmente el 24 % restante, a **jardinería** y enclaves inertes. Modificándose dicha estructura, levemente durante el período de análisis. Por último, se observa que durante el periodo considerado la cuota del territorio dedicada al desarrollo turístico ha pasado del 15 al 20 %

INDICADORES TURÍSTICOS

Número de turistas ejes (miles) 245, 256, 354, 400, 412 y Σ	245, 256, 354, 400, 412 y Σ (1) y 300, 267, 378, 432 y 453 y Σ (2)
Número de plazas (miles) 1,20, 1,23, 1,33, 1,34, 1,36 y Σ	1,20, 1,23, 1,33, 1,34, 1,36 y Σ (1) 1,21, 1,22, 1,35, 1,37, y 1,38 y Σ (2)
Coficiente de estacionalidad (GINI) 0,45	0,45.....0,49
Estancias ejes (miles) 300, 345, 378, 399 y 423	300, 345, 378, 399 y 423 y Σ320, 345, 411, 422 y 478 y Σ n
% Motivación primaria por eje o conjunto de ejes: MP1.24; MP2.34; MP33; y MP4.9	MP1.24; MP2.34; MP33; y MP4.9... MP1.20; MP2.31; MP30; y MP4.19

El número de turistas se fijará por medio de las estadísticas de llegadas (viajeros o turistas). Cada país tendrá sus fuentes de valoración de las llegadas de visitantes. En las cuales, según sus registros de información, se tendrá una representación de la demanda por medio de las variables representativas.

Por otra parte, estudiando las variables de oferta de los países analizados se podrá obtener datos sobre el número de hoteles, habitaciones y plazas. Y de otros alojamientos. En ese sentido de la misma manera que se controla el volumen de turistas, se controlará el número de estancias o pernoctaciones. Cerrando el cuadro metodológico de los indicadores, se procesará la información sobre la estructura de las motivaciones primarias, mediante encuestas opináticas en los diferentes ejes

INDICADORES DE PRODUCCIÓN TURÍSTICA

Gasto realizado por eje (millones) 256, 287, 299, 312 y 267	256, 287, 299, 312 y 267 y Σ 0.... 267,290,330, 321 y 387 y Σ n
Gasto medio por visitante (miles) 244, 256, 231, 355 y 212 y Σ 0	244, 256, 231, 355 y 212 y Σ 0..... 222, 278,333, 209 y 400 y Σ n
Estimador del PIB turístico PIBTURB/PIB economías 11 %	11,0 %..... 11,2%.....11,7%
Relación riqueza turística TURB (ejes/municipio) 0,11; 0,11; 0,09; 0, 07, 0,09	0,11; 0, 11.....0,09; 0, 07; 0,090,12; 011; 0,13.....0,14;0,11
Relación TURB/turismos específicos (TURB/TEi)...1,2; 2, 1; 3,0.....	1,2; 2, 1 ;3,0 1,14; 1,13; 2,9.....2

Sin duda, uno de los indicadores básicos para el conocimiento de lo que ocurre dentro de los ejes, es el valor del gasto realizado dedicado al consumo turístico. Información que debe de ser publicada por los bancos centrales u otros organismos públicos o estatales. Asimismo, las series que pueden construirse del gasto medio por viajero, se deduce del cociente posibles entre las series oficiales del gasto, con relación a los elementos de la variable de la demanda que se posea.

Es decir, viajeros, turistas o estancias. Dentro de los indicadores económicos debe destacarse el cálculo que puede realizarse para medir el impacto del turismo sobre el PIB local. Cifra que se estima dividiendo las series de PIB procedente del tratamiento de los valores del consumo turístico del espacio urbano, entre el valor global del PIB de la región, ciudad, etc. Del mismo se pueden calcular indicadores similares de la relación riqueza turística de cada uno de los ejes. Finalmente, también se puede medir influencia del resto de clases de turismos no urbanos, que no se corresponde con el TURB.

INDICADORES SOCIALES Y AMBIENTALES

Indicadores de rechazo del TURB (A+B+ C+ D) /N	(A+B+C+D) /N/ (E+F+G+H)
Sucesos adversos por eje (genérico)	a+b+c+d > u+s+t+v
Pérdida de sostenibilidad SB =100	100; 99; 96.....102;112
Empleo creado: e1.1000; e2.1222; e3.1198 .en.1187. \sum (1)	e1.1000; e2.1222; e3.1198...en.1187... +++ e1.1002; e2.1234; e3. 1198.. en.1200
Escala de impactos negativos. Base 100. Conjunto de ejes	100;103;98;110; 96.....101

En cuanto a la formalización de procedimientos para construir indicadores relativos a los procesos sociales y ambientales, se plantean como métodos más adecuados técnicas cualitativas de investigación social y ambiental. En primer lugar, se deberán buscar procedimientos y técnicas de investigación social, que junto a encuestas de opinión puedan permitir construir atributos que condicionen y fijen indicadores, explicativos de la evolución de actitudes, ideas y propuestas.

Pudiendo considerarse en segundo plano como procesos para cuantificar fenómenos y circunstancias teóricas, subjetivas y psicológicas. **Encuestas** cuyo propósito será construir índices que midan acciones cualitativas. En el caso los indicadores de aceptación o rechazo, será relativamente fácil, obtener opiniones que podrán reconstruirse en indicadores explicativos de actitudes favorables o desfavorables. Por otra parte, la idea de indiciar sucesos adversos por cada uno de los ejes simplemente será preciso normalizar el sentido y la cuantía de los atributos trasladados a la encuesta de opinión. Si el problema reside en calibrar el mantenimiento de un estado de equilibrio, simplemente con respuestas mediante técnicas de investigación social, se podrá obtener suficiente información, que podrá trasladar las actitudes, opinión o decisión mediante la fijación de niveles declarados de sostenibilidad.

4.4.- Las nuevas formas del turismo urbano. La ciudad como punto de concentración. Aproximación a un horizonte potencial en las cinco ciudades estudiadas La historia, la tradición y el arte como tractores de una modalidad turística.

a. Nuevos comportamientos del turismo urbano

La sociedad moderna cambia permanentemente de deseos e ilusiones. Y busca nuevas formas de vida y de comportamiento. Actitudes las cuales es evidente que se ven afectadas por las influencias que puede ejercer el turismo urbano. La movilidad, la agilización en los medios de transporte, las nuevas estructuras de las obligaciones laborales, la mejora intelectual de la población y tantos otros elementos propician un cambio social y cultural importante. Que hacen y harán posibles nuevos deseos de viaje y turismo.

En los municipios turísticos, como ámbito de reclamo para ser visitados y disfrutados, se presagia un futuro, en el cual se proyectan diversos factores de influencia que deberán modificar -en el caso concreto del turismo urbano- los hábitos, costumbres y deseos de sentir el deleite del encuentro con los enormes atractivos que ofrece la ciudad. La cual a través de cierta capacidad motivadora se convertirá en un deseo para ser visitada y frecuentada.

Se cree que determinados componentes de un círculo de influencia reconvertirán las actitudes, que en la actualidad los visitantes comienzan a cambiar. Esos componentes tienen repercusiones diferentes, tanto por el papel que han de jugar en el cambio de la oferta turística -que afirmamos el turismo ha de imponer a corto plazo- como por su papel en la modelación de una nueva demanda turística. Pudiéndose demostrar el importante apoyo que en el cambio de actitudes que se presagia habrán de tener los anunciados componentes. Los cuales es evidente forjarán un turismo más acorde con el equilibrio:

- Elementos de permanencia de las tradiciones y los valores históricos
- Principios dinamizadores del cambio y la innovación
- Factores que estimulen el desarrollo, en un contexto de ordenación y revisión
- Agentes de gestión y dirección de las nuevas políticas de crecimiento
- Iniciativas creativas e impulsoras de un cambio turístico moderno y eficiente

Es importante considerar, desde el posicionamiento de los rectores del nuevo turismo, que el futuro de la actividad turística ha de estructurarse y proyectarse, dejando atrás numerosas rutinas. Las cuales hoy no tienen razón para continuar o emerger. De aquello que podría llamarse restos de un viejo y maduro desarrollo. Por lo que se podría indicar, que el nuevo turismo se ha de decantar por comportamientos emergentes, dinamizadores y especialmente novedosos.

Como consecuencia se podría hablar de que los comportamientos y actitudes futuras, así como el consumo de los bienes y servicios turísticos, se decantarán a corto plazo, en torno a cinco tendencias. Que habrán de prevalecer sobre otras actuaciones y usanzas:

- fuerte crecimiento del peso del turismo urbano, con relación a la totalidad, y a otras formas del turismo que se proyectarán a medio y largo plazo
- mayor exigencia de las poblaciones turísticas por el mejoramiento de la calidad y la excelencia de los productos turísticos, especialmente en el transporte y la información
- aumento importante de la proporción del turismo cultural, histórico y monumental por causa de la mayor proporción futura del turismo urbano
- distanciamiento progresivo de los destinos turísticos, buscando en atractivos y recursos lejanos, mayor identificación con lo nuevo y desconocido
- importante aumento y diversificación por nuevas clases y contenidos turísticos.

b. La ciudad como ejemplo de concentración turística

En la actualidad existe en algunas ciudades y en grupos de presión locales una actitud crítica contra el turismo. Asimismo, desde alguna mentalidad social un rechazo hacia el turismo. En realidad, la posición contraria se deriva más de un problema de concentración o masificación, y no tanto de los comportamientos turísticos. Y, sí, por el contrario, se debe el rechazo, a falsas interpretaciones de las causas de los desajustes que se producen. En la mayoría de los casos por inadecuada ordenación.

El estudio comparado de las ciudades de Barcelona y Madrid, desde el análisis de los efectos de concentración que se derivan de un turismo, poco o nada controlado en sus crecimientos, podrá aclarar algunos de los problemas planteados. Causados por falta de un verdadero control que permita disponer de la información requerida.

CONTENIDO DE LOS EJES TURÍSTICOS DE BARCELONA Y MADRID

BARCELONA MUNICIPIO		MADRID MUNICIPIO	
Superficie global	10.400 ha.	Superficie	60.400 ha.
Población	1.620.000	Población	3.220.000
Espacio neto turístico	4.500 ha	Espacio neto turístico	14.000 ha
Plazas hoteleras	82.000	Plazas hoteleras	87.000
Viviendas turísticas	38.769	Viviendas turísticas	53.325
Residentes VT	155.000	Residentes VT	195.000
Pernoctaciones hoteles	20,47 millones	Pernoctaciones hoteles	19,69 millones
Pernoctaciones VVT	11,95 millones	Pernoctaciones VVT	12,87 millones
Ejes turísticos		Ejes turísticos	
Montjuic- Plaza de España		Sol-Mayor	
Las ramblas- Mercado de la Boquería		Thyssen-Palacio de las Cortes	
Barceloneta		Palacio Real-Catedral-Opera- P. Oriente	
Gótico- Palau Güell		Castellana-Colón	
Camp Nou		Templo de Devod15, 5- Ciudad Universit.	
Tibidabo- Park Güell		Gran Vía- Cibeles	
Basílica Sagrada Familia- Hospital San Pau		Bernabéu- Cuatro Torres	

La Pedrera-Casa Batlló	Reina Sofía -Retiro
Parque Cascada Ciutadella	Cibeles-Alcalá- Serrano Shopping
Casa Mila-Tour AGBAR	Prado-Neptuno-Jerónimos

La estimación realizada para calcular la cuantía de las estancias de la población local en Barcelona, durante todo el año, eleva el dato a 591,3 millones. Una segunda corrección, reduciendo el número de noches de permanencia de aquellos que solo transitan por el área en donde se encuentran espacios los ejes turísticos, cifra el valor en 350 millones de estancias. Luego el efecto de ampliación de la concentración por causa turística, sobre la población local durante todo el año, sería igual a: $[32,77 \text{ (millones de noches o estancias de los turistas)} / 350 \text{ (millones de estancias o noches de los residentes)}] = 9,36 \%$

El mismo dato para el supuesto de Madrid, manteniendo los mismos criterios de la estimación, y los mismos valores de permanencia y de uso turístico de los espacios destinados a los ejes de desarrollo turístico, fijaría el incremento de la densidad del uso de la superficie, solo en el 4,54 %.

Puede concluirse el análisis, afirmando que, si se puede presuponer, un efecto grave de masificación considerando los valores introducidos en el modelo.

c. Aproximación a un horizonte potencial en las cinco ciudades TURB estudiadas

Con el fin de interpretar la posible evolución turística en los próximos años se ha realizado un ejercicio estadístico, proyectando al año 2022, el posible crecimiento turístico de cinco ciudades europeas, en función de las tendencias actuales, comprobándose para los cinco casos un elevado ajuste histórico. El cuadro de valores para los seis años últimos se refleja a continuación:

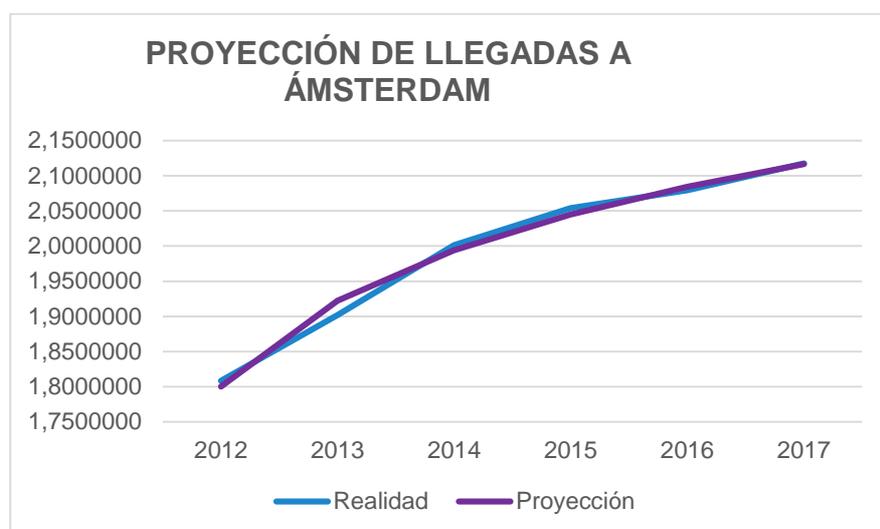
MILLONES DE ESTANCIAS

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ÁMSTERDAM	6,1	6,7	7,4	7,8	8,0	8,31
LONDRES	15,5	16,8	17,4	18,6	19,9	20,60
PARIS	15,8	17,2	17,2	17,7	18,0	19,0
VIENA	5,4	5,6	5,9	6,3	6,7	7,0
ROMA	6,7	6,7	6,8	7,0	7,1	7,5

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia

ÁMSTERDAM				
Período temporal	Indicador turismo	Indicador turismo	Salida de Regresión: Constante	
diez años	Estancias	Llegadas	Erro Std de Y Estándar	0,01135245
2012	6,10	1,0	R al cuadrado	0,99068073
2013	6,70	2,0	Nº de Observaciones	6
2014	7,40	3,0	Grados de libertad	5
2015	7,80	4,0	Y (media)	1,99381686
2016	8,00	5,0	X (media)	1,0966918
2017	8,31	6,0	Coficiente (a)	1,80001172
			Error Std de Coficiente.	0,00959924
			t (STUDENT)	187,516023
			Coficiente(s) 1	0,17671796
			Error Std de Coficiente.	0,00766514
			t (STUDENT)	23,0547701
			D - W =	2,92283243

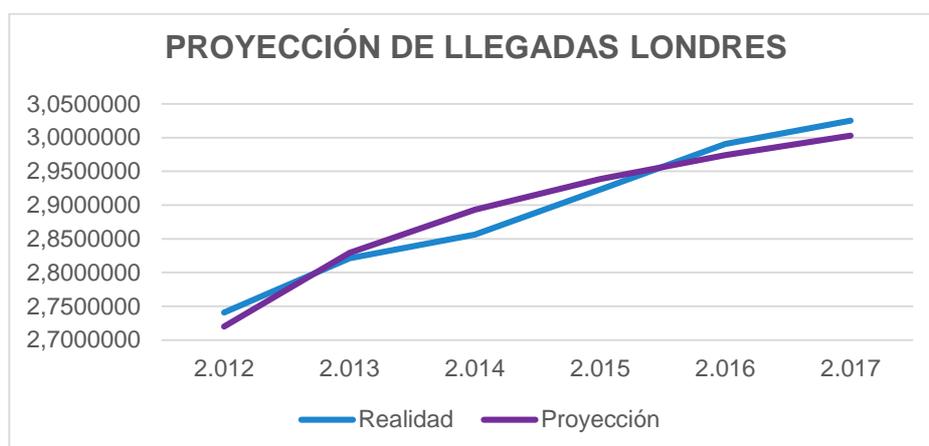
Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia



	Millones de Llegadas		PROYECCIÓN		
	LN TENDENCIA	LN LLEGADAS	PROYECCIÓN	REALIDAD	DESVIACIÓN
2012	0,0008996	1,8001707	6,05	6,10	-0,05
2013	0,6931472	1,9225033	6,84	6,70	0,14
2014	1,0986123	1,9941562	7,35	7,40	-0,05
2015	1,3862944	2,0449948	7,73	7,80	-0,07
2016	1,6094379	2,0844283	8,04	8,00	0,04
2017	1,7917595	2,1166478	8,30	8,31	-0,01
2018	2,0794415	2,1674864	8,74		8,74
2019	2,1972245	2,1883008	8,92		8,92
2020	2,3025851	2,2069199	9,09		9,09
2021	2,3978953	2,2237629	9,24		9,24
2022	2,4849067	2,2391394	9,39		9,39

LONDRES				
Período	Indicador	Indicador	Salida de Regresión:	
temporal	turismo	turismo	Constante	2,71980718
diez años	Estancias	Llegadas	Error Std de Y Estándar	0,02402351
2012	15,5	1,0	R al cuadrado	0,94988152
2013	16,8	2,0	Nº de Observaciones	6
2014	17,4	3,0	Grados de libertad	5
2015	18,6	4,0	Y (media)	2,89297692
2016	19,9	5,0	X (media)	1,09669180
2017	20,6	6,0	Coficiente (a)	2,71980718
			Error Std de Coeficiente	0,02031345
			t (STUDENT)	133,891943
			Coficiente(s) 1	0,15790192
			Error Std de Coeficiente.	0,01622059
			t (STUDENT)	9,73465996
			D - W =	1,25850524

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia



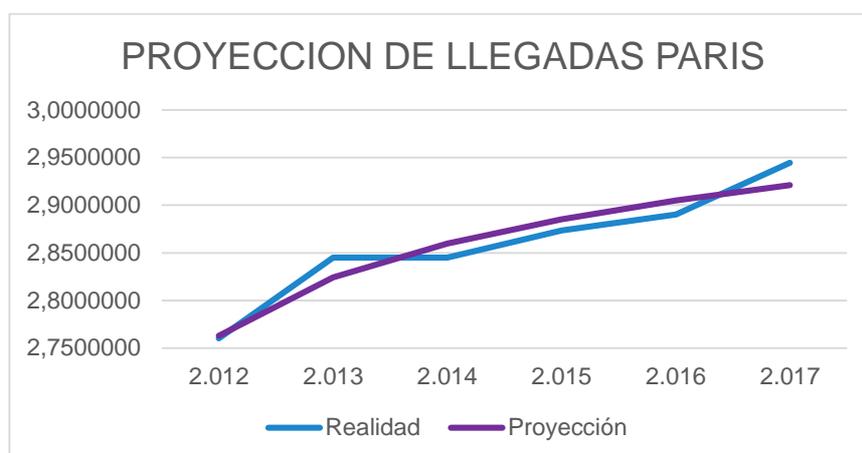
Para las cinco ciudades se elaboran tres procesos:

- Salida de la regresión, reflejándose los estadísticos fundamentales
- Gráfico comparativo de la secuencia histórica, junto a los resultados de la regresión
- El cuadro de proyección de las llegadas hasta el año 2022

LONDRES		Millones de Llegadas		PROYECCIÓN	
	LN TENDENCIA	LN LLEGADAS	PROYECCIÓN	REALIDAD	DESVIACIÓN
2012	0,0008996	2,7199492	15,18	15,50	-0,32
2013	0,6931472	2,8292564	16,93	16,80	0,13
2014	1,0986123	2,8932802	18,05	17,40	0,65
2015	1,3862944	2,9387057	18,89	18,60	0,29
2016	1,6094379	2,9739405	19,57	19,90	-0,33
2017	1,7917595	3,0027294	20,14	20,60	-0,46
2018	2,0794415	3,0481550	21,08		21,08
2019	2,1972245	3,0667531	21,47		21,47
2020	2,3025851	3,0833898	21,83		21,83
2021	2,3978953	3,0984394	22,16		22,16
2022	2,4849067	3,1121787	22,47		22,47

PARIS				
Período	Indicador	Indicador	Salida de Regresión:	
temporal	turismo	turismo	Constante	2,76279563
diez años	Estancias	Llegadas	Error Std de Y Estándar	0,01768065
2012	15,8	1,0	R al cuadrado	0,91636787
2013	17,2	2,0	Nº de Observaciones	6
2014	17,2	3,0	Grados de libertad	5
2015	17,7	4,0	Y (media)	2,85970068
2016	18,0	5,0	X (media)	1,09669180
2017	19,0	6,0	Coficiente (a)	2,76279563
			Error Std de Coeficiente	0,01495015
			t (STUDENT)	184,800554
			Coficiente(s) 1	0,08836124
			Error Std de Coeficiente.	0,01193791
			t (STUDENT)	7,40173195
			D - W =	2,12067665

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia

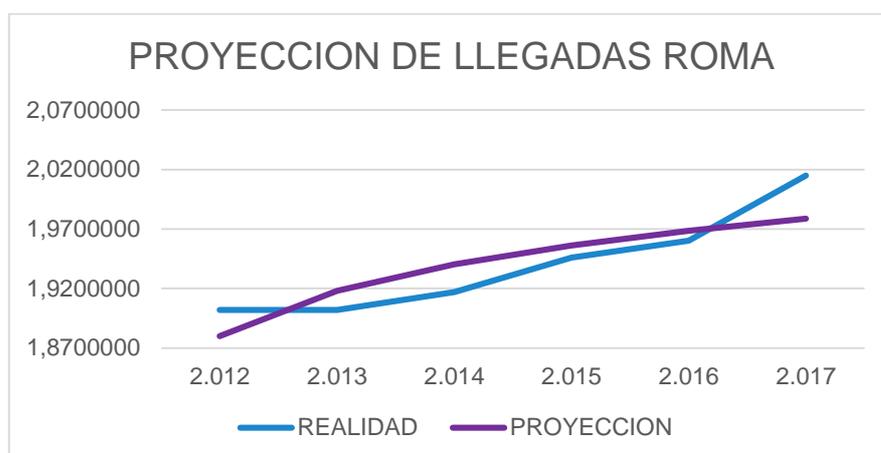


La función de ajuste estadístico de la ciudad de Ámsterdam es la que ofrece los mejores resultados; incluso ofrece un coeficiente de determinación igual a 0,99. Siendo París la ciudad que alcanza el Durbin -Watson más eficiente.

PARIS	Millones de llegadas		PROYECCIÓN		
	LN TENDENCIA	LN LLEGADAS	PROYECCIÓN	REALIDAD	DESVIACIÓN
2012	0,0008996	2,7628751	15,85	15,50	0,35
2013	0,6931472	2,8240430	16,84	16,80	0,04
2014	1,0986123	2,8598704	17,46	17,40	0,06
2015	1,3862944	2,8852903	17,91	18,60	-0,69
2016	1,6094379	2,9050076	18,27	19,90	-1,63
2017	1,7917595	2,9211177	18,56	20,60	-2,04
2018	2,0794415	2,9465377	19,04		19,04
2019	2,1972245	2,9569451	19,24		19,24
2020	2,3025851	2,9662549	19,42		19,42
2021	2,3978953	2,9746766	19,58		19,58
2022	2,4849067	2,9823651	19,73		19,73

ROMA				
Período	Indicador	Indicador	Salida de Regresión:	
temporal	turismo	turismo	Constante	1,87992089
seis años	Estancias	Tendencia	Err Std de Y Estándar	0,02364281
2012	6,70	1,0	R al cuadrado	0,70432771
2013	6,70	2,0	Nº de Observaciones	6
2014	6,80	3,0	Grados de libertad	5
2015	7,00	4,0	Y (media)	1,94034094
2016	7,10	5,0	X (media)	1,0966918
2017	7,50	6,0	Coficiente (a)	1,87992089
			Err Std de Coeficiente.	0,01999155
			t (STUDENT)	94,0357836
			Coficiente(s) 1	0,05509301
			Err Std de Coeficiente.	0,01596355
			t (STUDENT)	3,45117579
			D - W =	1,49597663

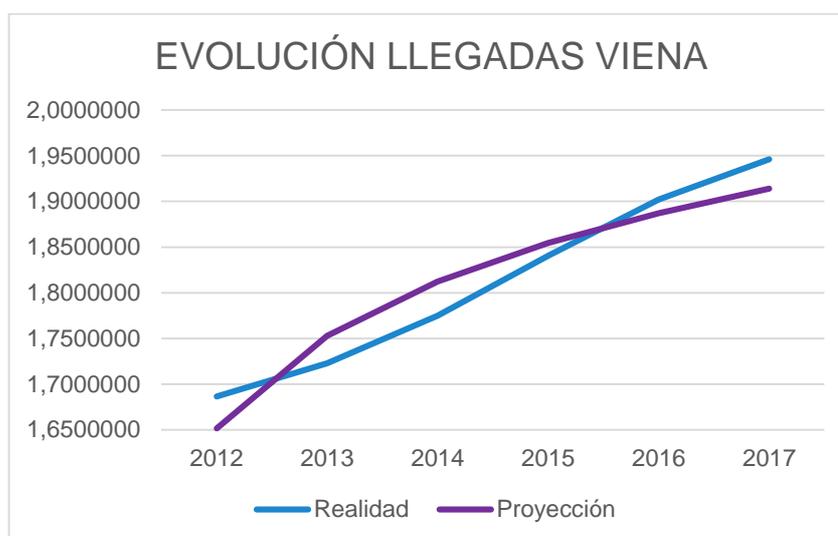
Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia



ROMA		Millones de llegadas		PROYECCIÓN	
	LN TENDENCIA	LN LLEGADAS	PROYECCIÓN	REALIDAD	DESVIACIÓN
2012	0,0008996	1,8799705	6,55	6,70	-0,15
2013	0,6931472	1,9181085	6,81	6,70	0,11
2014	1,0986123	1,9404467	6,96	6,80	0,16
2015	1,3862944	1,9562960	7,07	7,00	0,07
2016	1,6094379	1,9685897	7,16	7,10	0,06
2017	1,7917595	1,9786343	7,23	7,50	-0,27
2018	2,0794415	1,9944836	7,35		7,35
2019	2,1972245	2,0009726	7,40		7,40
2020	2,3025851	2,0067772	7,44		7,44
2021	2,3978953	2,0120281	7,48		7,48
2022	2,4849067	2,0168219	7,51		7,51

VIENA				
Período	Indicador	Indicador	Salida de Regresión:	
temporal	turismo	turismo	Constante	1,65156439
diez años	Estancias	Tendencias	Err Std de Y Estándar	0,03151849
2012	5,4	1,0	R al cuadrado	0,90443713
2013	5,6	2,0	Nº de Observaciones	6
2014	5,9	3,0	Grados de libertad	5
2015	6,3	4,0	Y (media)	1,8121142
2016	6,7	5,0	X (media)	1,0966918
2017	7,0	6,0	Coficiente (a)	1,65156439
			Err Std de Coeficiente.	0,02665095
			t (STUDENT)	61,9701952
			Coficiente(s) 1	0,14639465
			Err Std de Coeficiente.	0,02128117
			t (STUDENT)	6,87906818
			D - W =	1,44073031

Fuente: Global Destination Cities Index. Mastercard Worldwide y Elaboración propia



VIENA	Millones de llegadas		PROYECCIÓN		
	LN TENDENCIA	LN LLEGADAS	PROYECCIÓN	REALIDAD	DESVIACIÓN
2012	0,0008996	1,6516961	5,22	5,40	-0,18
2013	0,6931472	1,7530374	5,77	5,60	0,17
2014	1,0986123	1,8123954	6,13	5,90	0,23
2015	1,3862944	1,8545105	6,39	6,30	0,09
2016	1,6094379	1,8871775	6,60	6,70	-0,10
2017	1,7917595	1,9138684	6,78	7,00	-0,22
2018	2,0794415	1,9559835	7,07		7,07
2019	2,1972245	1,9732263	7,19		7,19
2020	2,3025851	1,9886505	7,31		7,31
2021	2,3978953	2,0026034	7,41		7,41
2022	2,4849067	2,0153414	7,50		7,50

d. La historia, la tradición y el arte como tractores de la modalidad turística TURB

Se desea en este punto poner de relieve la importancia que para el próximo futuro ha de tener un conjunto de actividades turísticas, que han de potenciarse en el marco del turismo urbano. Por lo que se puede considerar, que el crecimiento previsto para los próximos cinco años, de las cinco ciudades proyectadas, podrá ser una realidad, sometida a una probabilidad de cumplimiento, por encima del 90 %. Siempre, considerando los resultados de la salida de regresión obtenidas.

Y aunque la historia, la tradición y el arte, por si mismos son atractivos específicos, pues todos ellos, cuando alcanzan un nivel de interés significativo, tienen la suficiente potencia para ser considerados tractores del desarrollo turístico, como elementos complementarios, pueden ser verdaderos factores de impulso del turismo urbano.

El cuadro resultante de la evolución prevista se proyecta del siguiente modo:

CIUDADES	CRECIMIENTO GLOBAL DEL PERÍODO (%)	CRECIMIENTO MEDIO ANUAL 2017/2022 (%)	
		Ámsterdam	13,13
Londres	11,57	2,21	
París	6,30	1,23	
Roma	3,87	0,76	
Viena	10,62	2,04	
Media	9,16	1,77	

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, el análisis de las elasticidades del número de llegadas, respecto a la sensibilidad a crecer, que posee el grupo de ciudades consideradas, muestra en estos momentos una fuerte rigidez. Especialmente los destinos Roma y París.

Ámsterdam	Londres	París	Roma	Viena
0,176	0,158	0,088	0,055	0,146

Ahora bien, se percibe que la ciudad como destino turístico, en especial la ya enriquecida por infinidad de recursos y atractivos turísticos de oferta cultural, a partir de ahora, en el marco del TURB, necesariamente ha de mostrarse interesada en ampliar su oferta de motivaciones turísticas, cuando observa que se predice el turismo mundial con crecimientos, que pueden llegar de media en los próximos cinco años al 5 %, y sin embargo el estudio para las cinco grandes capitales expuestas solo llega al 1,77 %.

5.- Oferta turística específica del turismo urbano en España

En este trabajo, hasta ahora, en apartados anteriores, se consideraba y se interpretaba la oferta turística relativa al turismo urbano, como aquella cuyo peso -en un espacio territorial, concreto- significaba el valor de las actividades turísticas relacionadas con la ciudad. Es decir, en el total de los servicios y productos ofrecidos, superaba como mínimo el cincuenta por ciento del total.

Se pretende ahora identificar el turismo urbano, no tanto condicionado a un porcentaje de influencia, sino a todo aquello, que caracterizado por la ciudad en donde se desarrolla, adquiere el carácter de lo urbano. Pero siempre que tenga lugar en la gran ciudad, y diferenciado con ofertas turísticas no ligadas a servicios y productos coincidentes con turismo con un perfil muy dominante. Por tanto, el significado como turismo urbano se adquirirá fundamentalmente cuando se desarrolla en una ciudad en donde se destaca el ejercicio de actividades turísticas muy evidentes (actividades empresariales, actividades turístico-marítimas, cultura y tradiciones, procesos industriales, etc.).

Ahora bien, la necesidad de ordenar dicha oferta en el ámbito del turismo urbano, hace recomendable, fijar como ejemplo un nivel mínimo de dimensión. Ya que extender el marco de turismo urbano a pequeñas ciudades, no tiene mucho interés el tratamiento y aplicación. Por ello es recomendable que se fije una dimensión de 300.000 habitantes, para que el estudio tenga un cierto interés y suficiente magnitud para su estudio y proyección.

Por otra parte, no todos los TURB, se someten a las clásicas motivaciones que en términos generales les condiciona. En cierto modo, la visita como objeto del viaje, ha de ser explicada, fundamentada en actividades turísticas complementarias. Pero en concreto, cada actividad definidora de un tipo de práctica turística deberá acompañarse de las causas demostrativas de la influencia como TURB. Primero de las que delimitan y justifican y después de las causas del éxito.

Asimismo, el análisis de los valores o razones del peso aritmético del porcentaje justificativo como TURB, deberán ser prioritario; y después en segundo lugar, habrá de considerarse la especificidad de la oferta que ofrecen.

Como consecuencia de la declaración o conceptualización de los TURB -en función de la línea de alternativas de las diferentes clases de ofertas presentadas- se habrán de ordenar los TURB según los elementos determinantes:

- El tamaño, como causa justificativa primaria
- La estacionalidad, representación de las cuantías de los flujos de llegadas
- La densificación, en la coincidencia de los volúmenes de la visita
- La topografía, como distribución en el territorio
- Los niveles de concentración, con relación a las clases o modalidades
- Las diferentes clases de motivaciones o visitas (monumentos y edificaciones, museos, rascacielos, monumentos religiosos, conciertos y festivales, desfiles, convenciones y exposiciones)

El objeto de plantear la distribución de los TURB en función de las ofertas específicas que se reiteran en cada destino, sin duda tiene su causa en conseguir una mejor agrupación de las ciudades, según elementos más explicativos. Todo ello con el fin de mejorar la solución de problemas y definir los mejores objetivos y resultados de cada destino.

El estudio en detalle de los rasgos que permitirán definir las diferentes clases y categorías de turismo urbano deberá ser estructurado por un conjunto de exigencias que podrán ser reguladas por los elementos condicionantes de sus caracteres.

TURISMO URBANO	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes urbes > 300.000 habitantes • Justificaciones primarias • Recursos complementarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Razones originales para visitar una población • Estructura e infraestructura necesarias
----------------	--	--

Condicionamientos para aceptar la ciudad como soporte del turismo urbano	A favor: Ofertas específicas y singulares, Seguridad y limpieza Orden social Ofertas modernas y actualizadas Difusión y promoción
Actitudes, estrategias y políticas que actúan en contra del desarrollo	En contra: Desorden Inseguridad Falta de imagen
Razones explicativas del turismo urbano TURB Puede considerarse que todas las razones seleccionadas, son elementos tractores del desarrollo turístico. Cuya falta de algunas de ellas impedirán un desarrollo armónico del destino turístico urbano.	Globalización Avances tecnológicos Telecomunicaciones Transportes y comunicaciones Servicios sociales y culturales Parques feriales Actitud de acercamiento Voluntad de desarrollo Formación educativa y motivadora Campañas de empatía y atracción

Es necesario entender, que el desarrollo del turismo urbano ha de apoyarse en la configuración de un sistema- Cuya estructura, configura el cumplimiento de las exigencias de comportamiento relacional, entre la población visitante y la masa social receptora. Ese sistema ha de integrarse, tal como se ha venido explicando, por tres planos que constituyen el modelo de funcionamiento conjunto:

- **El territorio** o superficie formada por los espacios urbanos, destinados al desarrollo de la ciudad.
- Los **suelos elegidos para facilitar la circulación**, las áreas destinadas al espacio habitacional, las parcelas reservadas a los lugares verdes y ajardinados
- Y los **ejes** destinados al disfrute turístico, preparados para la acogida de los viajeros.

Correspondiendo a dichos ejes turísticos el papel fundamental para el desarrollo y expansión del turismo. Ya que dentro de ellos se promueve y se culmina el disfrute que origina la visita para el desarrollo del TURB, por medio de los elementos de atracción.

Dentro de dichos ejes, situados en el entorno ambiental del territorio, debe considerarse la existencia del recurso turístico o factor de atracción que promueve la llegada de los visitantes.

Se pretende seguidamente, estudiar cinco prototipos de ciudades con un desarrollo similar en turismo urbano (TURB). Análisis que puede ayudar a describir y a conocer mejor los comportamientos y desarrollos de las diferentes modalidades de dicho turismo.

El estudio que se realiza de los diferentes grupos o modalidades concretas, que pueden dar paso al desarrollo de diversos tipos de turismo urbano, con el fin de estudiar de modo homogéneo las diferentes agrupaciones (interior, litoral, áreas industriales, etc.) define cuatro coeficientes estándares, que pueden servir para identificar metodológicamente los resultados, Todos calculados con relación a los valores centrales de las diferentes variables medias o nacionales. Lo cual se realiza, con el fin de disponer de información simulada, con base a la definición de ciertos indicadores de coherencia.

Relación entre el gasto medio nacional/por gasto medio local día	Gasto medio nacional diario = 95 € (1)	% del gasto medio local sobre el gasto nacional = 0,9 (2)	Coficiente 1 = $1/2 = 95 * 0,9 = 0,855$
Relación estancias totales/estancias hoteleras	Estancias totales = 1.650 (1)	Estancias hoteleras = 350 (2)	Coficiente 2 = $1/2 = 1.650/1.350 = 4,7$
Relación PIB turístico/Producción turística	PIB turístico nacional = 142.123	Producción turística = 143.175	PIB/Producción = 0,993

5.1.- Ciudades de interior: Burgos y Valladolid. Impulsoras de un turismo empresarial

Es importante que se considere, al menos como aproximación, la posible influencia que tiene el turismo urbano, en el desarrollo turístico de algunas ciudades menores. Como ejemplo las dos castellanas que se presentan en este epígrafe.

Puede comprobarse del grupo que en este trabajo se analiza y se denomina ciudades de interior, la acción que mediante el aprovechamiento de los recursos turísticos disponibles - aunque no sean de amplia dimensión- la importancia que generan en la economía y en la sociedad de estas ciudades menores.

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

	PIB MILLONES €	INDUSTRIA MANUFACTURERA	RENDA PC. PROVINCIA €	EMPLEOS PROVINCIA	POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN MUNICIPIO
Burgos	9.751	2.385.129	27.430	134.000	356.778	175.921
Valladolid	12.740	2.276.305	24.483	223.200	519.444	298.866

CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS

	PLAZAS HOTELERAS	ESTANCIAS HOTELERAS AÑO		SUPERFICIE MUNICIPAL	POTENCIALES EJES TURÍSTICOS
		2010	2018		
Burgos	3.759	1.133.225	1.342.440	107,08	Cuatro
Valladolid	4.002	982.089	1.259.665	197,91	Cinco

El cuadro macroeconómico que se deduce de las simulaciones ya realizadas permite estimar los siguientes resultados económicos, que produce el turismo en los municipios de Burgos y Valladolid.

	ESTANCIAS TOTALES (H+A)	GASTO MEDIO DÍA €	PRODUCCIÓN MILLONES €	PIB MILLONES	% PIB TURISMO
Burgos	6.309.468	95	599	595	11,9
Valladolid	5.920.426	88	521	517	18,7

Puede apreciarse, que las valoraciones que se han realizado muestran derivaciones muy inferiores que las obtenidas en los cálculos regionales o nacionales. Sin duda puede observarse de la lectura de los datos, el poco alcance de los desenlaces, ya que ofrecen valores finales inferiores a las medias generales. De alguna manera puede establecerse la hipótesis de la mediocridad de la influencia turística sobre los PIB de numerosos municipios, que aun teniendo posibilidades de crecimiento, como pudiera ser el turismo urbano, o aprovechamiento de recursos turísticos muy específicos, este no se realiza.

Un primer aspecto que se deriva del estudio presentado en este supuesto se refiere, a que la dimensión que adquiere el volumen e influencia del turismo urbano -tal como se ha venido señalando a lo largo de este trabajo- requiere espacios territoriales, o nivel de poblaciones bastante superiores a los que se reflejan en el grupo ahora analizado. La razón de tal consideración se debe en primer lugar, a la gran cantidad de recursos turísticos que se concentran en un destino, lo que motiva que los niveles de expansión se diluyen por la existencia de numerosas motivaciones que pueden coincidir como ejercicio o interés por el disfrute de una alternativa turística.

La selección de los contenidos como potenciales recursos turísticos y también como ejes integradores por proximidad a ellos, en los dos municipios seleccionados como ofertas turísticas demuestra que, para los dos municipios de la agrupación de destinos de interior, con gran facilidad se han destacado suficientes casos, que pueden fijar la facilidad de mostrar la suficiencia de itinerarios o ejes, capaces de cubrir las exigencias planteadas.

BURGOS

Ejes turísticos desarrollados

1.- Monasterio de Huelga. Universidad de Burgos. El Parral. Parque de la Isla
2.- Catedral de Santa María. Parque de la Isla. Casa del Cordón. Estatua del Cid. Arco de Santa María. Paseo de la Audiencia. Mirador del Castillo de Burgos.
3.- Museo de Evolución Humana. Monasterio de San Juan. Playa Fluvial. Fuente del Prior
4.- Yacimientos de Atapuerca. Cartuja de Miraflores. Parque Buenavista

Recursos turísticos

Explotación arqueológica de Atapuerca	Catedral de Santa María y Plaza Mayor	Monasterio Santa María la Real de las Huelgas
Anillo Verde Periférico y Paseo del Espolón	Cartuja de Miraflores	Congreso de redes sociales iRedes ,
Museo de la Evolución humana	Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León	Instituto Castellano y Leonés de la Lengua
Fiestas patronales	Semana Santa en Burgos	Festival Internacional de Folclore «Ciudad de Burgos
Fin de Semana Cidiano	Semana de la Moda de C y L	Parque tecnológico de Burgos
Arquitectura Gótica, Patrimonio de la Humanidad	Centro de Interpretación y Recepción de Turistas CITUR	Iglesia de Santa María la Real y Antigua de Gamonal

VALLADOLID

Ejes turísticos desarrollados

1.- Playa de las Moreras. Edificio Duque de Lerma
2.- Iglesia de San Miguel. Plaza de Poniente
3.- Casa Museo de Colón. Calle de la Antigua. Pasaje Gutiérrez. Catedral de Valladolid. Casa de José Zorrilla. La Rosaleda. Campus Miguel Delibes
4.- Campo Grande. Academia de Caballería. Museo Oriental. Museo de Ciencia
5.- Cúpula del Milenio. Parque Forestal de las Contiendas. Museo Herreriano

Recursos turísticos

Los Reales sitios y aldeaños	La Plaza Mayor y alrededores	La Catedral y su entorno
Campo grande y su perímetro	La herencia colombina	El patrimonio perdido
Estatuaria urbana	Parques y jardines. Puentes	Archivos
Museos	Semana Santa. Corpus Christi	SEMINCI
Gastronomía	Itinerarios culturales	Teatro Zorrilla
Museo Nacional de Escultura	Concurso Nacional de Pinchos y Tapas "Ciudad de Valladolid"	Museo del toro

Si se supone que a cualquiera de las dos ciudades llegan al año, entre quinientas mil o setecientas mil personas, presentando una estancia media algo superior a 3,5 días; solo con una cifra de 700.000 turistas al año, se habrán cubierto, los supuestos programados. Cifra que no parece muy elevada, teniendo en cuenta la amplitud de ejes integrados y los niveles económicos del gasto. Tal cifra ofrecería como media respecto a la oportunidad de recibir en una ciudad, como las ofrecidas como ejemplos, la llegada al día de dos mil viajeros. Valor relativamente bajo, cuando se está comparando con un potencial municipio de menos de 2.500.000 residentes, lo que significa escasamente un aumento diario del 10%.

5.2.- Valencia y Málaga muestras de procesos de identificación del turismo urbano con el turismo náutico

Dentro de las diferentes tipologías que pueden establecerse respecto a la influencia y cuantía del turismo urbano, se destaca seguidamente, el grupo de destinos que se constituyen por ciudades de gran amplitud. Con poblaciones por encima de los 300.000 habitantes, y que, a su vez, tienen un peso importante en una clase de turismo, que no debería identificarse con el turismo urbano, como es el caso de destinos turístico-marítimos de importante volumen. Es el caso de las ciudades de Valencia y Málaga, con suficiente importancia en cuanto a los flujos de turismo urbano, pero también con importante peso en el turismo de litoral o de sol y playa.

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

	PIB MILLONES €	INDUSTRIA MANUFACTURERA	RENTA PC. PROVINCIA €	EMPLEOS PROVINCIA	POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN MUNICIPIO
Málaga	28.684	936.809	17.272	572.700	1.253.000	571.026
Valencia	54.674	8.099.772	21.325	979.100	1.987.035	791.413

CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS

	PLAZAS HOTELERAS	ESTANCIAS HOTELERAS AÑO		SUPERFICIE MUNICIPAL	POTENCIALES EJES TURÍSTICOS
		2010	2018		
Málaga	10.841	15.223.451	2.656.877	398,25	Cuatro
Valencia	17.671	6.003.183	7.741.707	134,65	Cinco

El cuadro macroeconómico que se deduce de las simulaciones ya realizadas permite estimar los siguientes resultados económicos, que produce el turismo en los municipios de Burgos y Valladolid.

	ESTANCIAS TOTALES (H+A)	GASTO MEDIO DÍA €	PRODUCCIÓN TURÍSTICA MILLONES €	PIB MILLONES €	% PIB TURISMO
Málaga	12.487.322	105	1.311	1.302	13,02
Valencia	36.386.023	97	3.529	3.505	11,66

MÁLAGA

Ejes turísticos desarrollados

1.- Humilladero, Calle La Unión, Zona de Huelin, Ciudad Jardín, Nueva Málaga, etc.
2.- Barrio de La Malagueta.
3.- Barrio pescadero de Pedregalejo
4.- Barrio del Centro. Calle Marqués de Larios

Recursos turísticos

La Alcazaba	El Teatro Romano	Monte Gibralfaro
La Catedral de Málaga	La Iglesia del Sagrario	El Palmeral de las Sorpresas
Villa Suecia	Acueducto de San Telmo	Edificio de la Equitativa
Playa Pedregalejo, El Palo y el Candado	Muralla de Nazarí y muro portuario	Muralla Fenicia y Parque Prehistórico de Málaga.
Parque de Málaga	Jardín Botánico de la Concepción	Plaza de Toros de Málaga
Santuario la Victoria	Museo Picasso de Málaga	Centro Pompidu de Málaga
Iglesia de los Mártires	Edificio de la Equitativa	Teatro Cervantes
Centro Arte Contemporáneo	Plaza de la Constitución	Museo Carmen Thyssen
Museo de la Archicofradía de la Esperanza	Museo automovilístico de la moda	Museo de arte flamenco. Peña Juan Brea

VALENCIA

Ejes turísticos desarrollados

1.- Catedral y Miguelete. Basílica Nuestra Señora de los Desamparados. Almoina. Museo de la Ciudad. Palacio Marqués de las Dos Aguas. Plaza Redonda
2.- Museo de Bellas Artes. Torres Serranos. Museo José Benlliure. Mercado de Colón
3.- Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM).
4.- Torres de Quart. Museo Etnológico
5.- Plaza de Toros. Plaza del Ayuntamiento.

Recursos turísticos

Catedral	Basílica de la Virgen	Iglesia Santa Catalina Mártir
San Juan del Hospital	Modernismo valenciano	Gótico valenciano
Edificios barrocos y neoclásicos	Monasterio de San Miguel de los Reyes	La Obra de Santiago Calatrava
Museos, archivos y bibliotecas	Eventos internacionales	Fiestas de interés turístico (Fallas)
Tribunal de las Aguas	Feria tauromaquia (marzo)	Parque Natural de la Albufera
El marjal de Rafalell y Vistabella,	Huerta valenciana y la gastronomía del arroz	Playas de las Arenas y la Malvarrosa

El Saler	Puentes del Turia	Parques y jardines de Valencia
Lonja de la seda	Puente de la Exposición	Museo Nacional de Cerámica
Palau de la Música	Ciudad de las Artes y las ciencias	Palacio de la Generalidad

Es evidente, que puede afirmarse que, en el conjunto de las ciudades estudiadas, hasta ahora, no puede encontrarse una modalidad de disfrute, con capacidad por sí misma, de significar un auténtico y completo desarrollo turístico. Son en general actividades que pueden compatibilizarse entre varias. Lo que significa que la programación de un determinado viaje puede estar conformado por diversas formas de animación, goce o disfrute. Y no está obligada su realización a la necesidad de seleccionar un solo prototipo de turismo específico. Como consecuencia debe contemplarse la perspectiva de considerar el turismo urbano, como el disfrute de varias formas de aprovechamiento.

5.3.- Sevilla y Córdoba, motores de tradiciones y cultura

Como turismo alternativo a los relacionados como componentes del turismo urbano, se hace conveniente el desarrollo de un análisis paralelo, con turismos diferentes al TURB. Aquellos que se encuentran encuadrados en otras formas específicas de turismo, como la cultura, la naturaleza, la actividad deportiva, o el MICE. Dicho análisis permitirá conocer que tipología de modelo turístico presenta una tendencia más acelerada, o por el contrario con proyección de menor crecimiento. En este sentido en este epígrafe se valora el turismo histórico, con proyección al arte y la cultura popular. Escogiéndose como ciudades concretas dos emblemáticas urbes llenas de historia y tradición como Córdoba y Sevilla.

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

	PIB MILLONES €	INDUSTRIA MANUFACTURERA	RENTA PC. PROVINCIA €	EMPLEOS PROVINCIA	POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN MUNICIPIO
Córdoba	13.748	1.270.408	17.509	272.400	785.240	325.708
Sevilla	36.906	3.721.146	19.025	672.700	1.939.887	688.711

CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS

	PLAZAS HOTELERAS	ESTANCIAS HOTELERAS AÑO		SUPERFICIE MUNICIPAL	POTENCIALES EJES TURÍSTICOS
		2010	2018		
Córdoba	6.893	1.103.093	1.570.564	1.253	Cuatro
Sevilla	21.676	3.332.866	5.527.290	141	Cinco

El cuadro macroeconómico que se deduce de las simulaciones ya realizadas permite estimar los siguientes resultados económicos, que produce el turismo en los municipios de Burgos y Valladolid.

	ESTANCIAS TOTALES (H+A)	GASTO MEDIO DÍA €	PRODUCCIÓN TURÍSTICA MILLONES €	PIB MILLONES €	% PIB TURISMO
Córdoba	7.381.651	96	708,6	703,6	11,91
Sevilla	25.978.263	94	2.442	2.425,0	16,40

CÓRDOBA

Ejes turísticos desarrollados

- | |
|---|
| 1.- Alcázar de los reyes cristianos. Caballerizas reales. Real Jardín Botánico. Baños del Alcázar Califal. Palacio de Congresos. Mezquita Catedral. Puente Romano |
| 2.- Ciudad de los niños. Iglesia de la Magdalena. Plaza del Potro |

3.- Museo Julio Romero de Torres. Casa Árabe - Casa Mudéjar
4.- Pl. de Capuchinos. Cristo de los Faroles. Torre de la Mal muerta

Recursos turísticos

Iglesias fernandinas	Monumentalidad religiosa	Estatuas a Averroes y Séneca
Diversos puentes	Jardines y parques	El Museo Vivo de Al-Andalus
El Museo Arqueológico y Etnológico de Córdoba	El Museo Taurino	Gastronomía local
Semana Santa	Festividad batalla de las Flores	Patios cordobeses
Feria de la Fuensanta	Capilla mudéjar de San Bartolomé	Casa andalusí
Centro de creación contemporánea	Conjunto arqueológico y museo Medina Azahara	Galería de la inquisición
Palacio de Viana	Puerta del puente y triunfo de San Rafael	Templo Romano y restos de Murallas
Huerta de la reina	Palacio de la Merced	Huerta de San Rafael
Río Guadalquivir	Pedroche y Gitana Flamenco	Alminar de San Juan

SEVILLA

Ejes turísticos desarrollados

1.- Parque de la Cartuja. Monasterio de Santa María de las Cuevas
2.- La Macarena. Plaza del Cronista. Divina Pastora
3.- La Giralda. Plaza de Santa Cruz
4.- Teatro de la Maestranza. Torre del Oro. Plaza de Toros y Museo taurino
5.- Parque María Luisa. El Prado de San Sebastián

Recursos turísticos

Acuario Nuevo Mundo	Catedral	Giralda
Real Alcázar	Archivo de las Indias	Plaza de España
Torre del Oro	Setas de Sevilla	Barrio de Santa Cruz
Parques y jardines	Casa de Pilatos	Museos
Fiestas Populares (Semana de Abril)	Tauromaquia y Feria de abril taurina	Sepultura de los reyes San Fernando y Alfonso X el Sabio
Archivo Histórico Provincial de Sevilla	Ayuntamiento de Sevilla	Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla
Ateneo y Sociedad de Excursiones,	Auditorio Municipal Rocío Jurado	SICAB, Salón Internacional del Caballo
Fiestas populares	Palacio de las Dueñas	Real Casa de la Moneda
La real casa de la moneda	Ruinas romanas Itálicas	El Palacio marqueses de Algaba

El trabajo proyectado para estos dos municipios andaluces presenta un resumen en cuanto a población que habita en dichas poblaciones suficiente, para ser evaluada como ciudades con una importante diversidad. Pues ambas superan los 300.000 habitantes, pero los contenidos en cuanto a recursos turísticos no son muy numerosos, tal como puede percibirse en la descripción de los ejes y los recursos.

Se aprecia en su patrimonio y estructura turística una mayor tendencia hacia los atractivos culturales, históricos y monumentales. Y aunque el peso estimado en las economías de ambas ciudades es muy elevado, superando el doce por ciento en Córdoba y el 16 % en Sevilla, no parece encontrarse un recurso turístico, con la categoría de actividad tractora de primeros factores para el desarrollo turístico de dos las capitales.

Asimismo, llama la atención, como las dos ciudades consideradas determinantes en este punto, de fuerte impulso económico turístico, han tenido en los últimos ocho años, una fuerte expansión. Posibilitando que el turismo de Córdoba haya llegado a un incremento del 42 % y en Sevilla al 66 % durante los últimos ocho años. De los resultados puede emitirse la hipótesis demostrada, de que el logro de dichos valores tan positivos se debe a la confluencia de motivaciones turísticas muy diversificadas y cambiantes. Sin duda la combinación en cada caso de 27 recursos o elementos de atracción forman un rico inventario de posibilidades y alternativas de disfrute turístico. Que en el caso de Córdoba y Sevilla muestran términos muy comunes, como pueden ser en ambos casos la influencia árabe y mudéjar.

5.4.- Zaragoza y Bilbao ejemplos del desarrollo económico, como impulsores del turismo urbano

Un supuesto de modelo de turismo urbano, caracterizado por cierta especialización de los atractivos propios de ambas ciudades, a causa de su desarrollo industrial, es el formado por Bilbao y Zaragoza. Es una realidad, que ambas poblaciones pueden ser un adecuado ejemplo de destinos de turismo urbano. Pues su importancia económica promoviendo de manera significativa procesos económicos industriales así lo ponen de manifiesto. Pudiendo destacar cómo demostración de tal afirmación, la selección de algunas de las empresas de ambas ciudades. En Zaragoza y Bilbao destacan por encima de 1000 millones de euros de producción, entre otras Opel España SLU, 4.600; BSH Electrodomésticos España 1.650; Alliance Healthcare España Sociedad Anónima;1.350; Iberdrola España SA,1.600; Eroski coop. 1.800; Petróleos del Norte, 1.500.

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

	PIB MILLONES €	INDUSTRIA MANUFACTURERA	RENTA PC. PROVINCIA €	EMPLEOS PROVINCIA	POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN MUNICIPIO
Bilbao	34.454	5.574.000	43.042	518.300	800.472	345.821
Zaragoza	25.395	4.909.000	32.235	423.600	787.807	666.880

CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS

	PLAZAS HOTELERAS	ESTANCIAS HOTELERAS AÑO		SUPERFICIE MUNICIPAL	POTENCIALES EJES TURÍSTICOS
		2010	2018		
Bilbao	7.925	1.220.475	1.747.403	41,60	Cuatro
Zaragoza	9.881	1.319.190	1.836.598	973,78	Cinco

El cuadro macroeconómico que se deduce de las simulaciones ya realizadas permite estimar los siguientes resultados económicos, que produce el turismo en los municipios de Bilbao y Zaragoza.

	ESTANCIAS TOTALES (H+A)	GASTO MEDIO DÍA €	PRODUCCIÓN TURÍSTICA MILLONES €	PIB MILLONES €	% PIB TURISMO
Bilbao	8.212.794	102	837,70	831,84	5,50
Zaragoza	8.632.011	98	845,94	842,02	3,34

BILBAO

Ejes turísticos desarrollados

1.- Deusto. Ciudad Jardín
2.- Bilbao Centro

3.- Portugalete/Santurce
4.- Aeropuerto

Recursos turísticos

Artxanda funicular railway	Museo Guggenheim	Museo Bellas Artes de Bilbao
Parque Doña Casilda Iturrizar	Museo Marítimo Villa Bilbao	Moyua/ BEC
Azcuna Centroa	Teatro campos Elíseos	Teatro Arriaga
Basílica Begoña	Mercado de la Ribera	Algorta
Cuevas de Santimamiñe	Museo de la Paz	Balcón de Vizcaya
Semana Grande	Casa Consistorial	Palacio Euscalduna
Palacio Chavarri	Gastronomía	Bilboats
Bus turístico	Playa de Plentzia	Playa de Sopelana
Casco viejo	La Alhóndiga	Puente Zubiri

ZARAGOZA

Ejes turísticos desarrollados

1.- El Ebro
2.- La Gran Vía
3.- El Pilar
4.- Parque Grande José Antonio Labordeta
5.- Ronda de la Hispanidad

Recursos turísticos

Basílica Ntra. Señora del Pilar	La Catedral de la Seo	La Aljafería
Casino Zaragoza	Museo del Teatro de Cesaraugusta	Mural Puerta del Rey Don Sancho
Museo del Fuego y de los bomberos	Museo Goya	Parque del Agua Luis Buñuel
Museo de Zaragoza	Plaza de nuestra Señora del Pilar	El Palacio de la Lonja
La Torre del Trovador y el Salón Dorado	Ruta Romana	Fiestas del Pilar
Torreón de la Zuda	Iglesia de San Juan de los Panetes.	Monumento a Goya
Palacio de la Maestranza	Plaza de España / Coso	El tubo
Santa Engracia	Plaza de los Sitios	Zaragoza medieval y mudéjar
Auditorio de Zaragoza	Parque del tío Jorge	Vedado de Peña Flor

La situación de la industria en la provincia de Zaragoza se encuentra mediatizada completamente por su capital, con unas 4.000 empresas que suponen aproximadamente 75.000 puestos de trabajo.

Interesa poner de manifiesto, que ciudades muy industrializadas como es el caso de Bilbao y Zaragoza con gran dependencia de su papel en el desarrollo de las industrias manufactureras, tienen un peso relativo bastante reducido en sus sectores turísticos. En el análisis realizado se observa que Bilbao tiene una aportación turística al PIB, algo superior al 5 %. Mientras que Zaragoza presenta una aportación desde los sectores turísticos algo superior al 3 %.

Puede considerarse que, en la muestra presentada, de ciudades con una fuerte presión industrial, su caracterización turística, se define de manera muy precisa generadora de un importante TURB. De modo que la aportación del turismo a la economía se proyecta especialmente a modalidades identificadas con los atractivos de la ciudad. Por lo que no puede indicarse, que las tipologías turísticas a las que se han venido considerando en este trabajo como turismo específicos (litoral en todas sus

formas, naturaleza, actividades minoritarias como el deporte activo, etc.) sean las que han participado en la ampliación del peso del turismo en estas capitales, con proyección industrial evidente.

Como orientación a una política turística que pudiera favorecer el crecimiento más intenso del turismo en economías de ciudades como las analizadas, merece destacar, que alternativamente, o bien por las capacidades potenciales de nuevos recursos, o bien por la utilización más intensa al turismo de sus superficies, se puede considerar la gran potencialidad que tienen Bilbao y Zaragoza, para crecer. La primera por su naturaleza y la segunda por la enorme superficie que posee, sin una decidida política de turismo.

5.5.- Granada y Segovia destinos especializados en el turismo urbano histórico y monumental

Otra agrupación de dos ciudades, ahora identificadas con el arte y el patrimonio histórico y cultural, fuertemente influida por el Medievo, es la pareja de ciudades constituida por los núcleos urbanos de Granada y de Segovia. Ambas son expresión del deseo su conocimiento y la valoración de valores humanos, sociales y turísticos. Se desea con el análisis propuesto, valorar la existencia de una fuerte incompatibilidad en las razones de ambos tipos de viaje. Ya que la decisión que induce al viaje de personas que buscan y sueñan con las narraciones de la historia, son muy diferentes de las razones que mueven y son las causas que empujan el crecimiento del turismo urbano. Aunque puede ser cierto que en ciudades y capitales donde pueda desarrollarse un turismo cultural, de gran valor artístico o ambiental, también en ciertos casos se podrá convivir con el turismo urbano, o de las grandes ciudades.

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

	PIB MILLONES €	INDUSTRIA MANUFACTURERA	RENTA PC. PROVINCIA €	EMPLEOS PROVINCIA	POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN MUNICIPIO
Granada	15.834	855.883	15.289	257.100	1.042.434	232.208
Segovia	3.351	352.989	16.691	53.400	200.768	51.683

CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS

	PLAZAS HOTELERAS	ESTANCIAS HOTELERAS AÑO		SUPERFICIE MUNICIPAL	POTENCIALES EJES TURÍSTICOS
		2010	2018		
Granada	13.964	2.621.971	3.259.053	88,02	Cuatro
Segovia	2.215	335.425	468.361	153.59	Cuatro

El cuadro macroeconómico que se deduce de las simulaciones ya realizadas permite estimar los siguientes resultados económicos, que produce el turismo en los municipios de Granada y Segovia

	ESTANCIAS TOTALES (H+A)	GASTO MEDIO DÍA €	PRODUCCIÓN TURÍSTICA MILLONES €	PIB MILLONES €	% PIB TURISMO
Granada	15.317.549	71	1.088	1080	22,7
Segovia	2.201.297	89	196	195	23,30

GRANADA

Ejes turísticos desarrollados

1.- Sacromonte
2.- Alhambra y Generalife
3.- Albaicín y Realejos
4.- Centro

Recursos turísticos

Palacio de Carlos V	Jardines del Partal	Jardines del Generalife
Parador de San Francisco	Puerta de la Justicia	Centro Cultural Manuel de Falla
Torre de la Vela	Carmen de los mártires	Paseo de los Tristes
Palacio de los Córdoba	Fundación Rodríguez Acosta	Campo del Príncipe
Torres Bermejas	Real Chancillería	Catedral
Plaza nueva	Madraza	Capilla Real
Convento de las Tomazas	Hospital Real	Camino del Triunfo
Muralla de la Alcazaba	Muralla Nazarí	Muralla Zirí
Monasterio de la Cartuja	Casa de Castril Museo Arq.	Universidad Vieja

SEGOVIA

Ejes turísticos desarrollados

1.- Catedral Gótica de Segovia y sus alrededores
2.- Zamarramala y las proximidades de la ciudad y sus tradiciones
3.- El Alcázar y el espíritu del pasado
4.- Calle Real la porta abierta a las tradiciones
5.- Casa de los Picos retomando la historia

Recursos turísticos

Iglesia de la Vera Cruz	Acueducto de Segovia	Parador de Segovia
Jardines de San Ildefonso	Gastronomía castellana	Iglesia de San Martín
Palacio Episcopal	Teatro Paladio Arte	Torre Arias Dávila
Casa del Marqués de Lozoya	Arco de la Fuencisla	Iglesia de San Esteban
Jardines del Alcázar	Archivo histórico provincial	Centro de la Judería
Archivo General de Artillería	Palacio del Conde Al Puente	Monasterio de San Antonio el Real
Palacio Real de la Granja	Real Casa de La Moneda	Iglesia de San Martín
La muralla de Segovia	La Plaza Mayor	Antigua Alhóndiga
Convento del Corpus Christi	Ayuntamiento	Monasterio de Santa María del Parral

Es importante poner de manifiesto y aclarar, la formulación aplicada en los cinco casos o grupos de desarrollo turístico, para llegar al cálculo de la repercusión del turismo en las capitales consideradas. Ya que la información disponible es inexistente en cuanto a nivel local, pues el ámbito abarcado respecto al PIB es el total de la provincia. Mientras que el ámbito turístico se circunscribe solamente al impacto local de la ciudad incorporada al análisis.

Lo cual ha exigido plantear el cálculo y la formulación desde dos supuestos diferentes:

- a. Medir el impacto o relación de la influencia del PIB turístico de la localidad estudiada sobre el total de la capital considerada de forma lineal. En este supuesto, la aplicación de la proporcionalidad

hace reducirse el verdadero impacto del turismo de las ciudades estimadas. Al compararse áreas económicas de alta densidad turística, con el resto de la provincia, con una influencia turística menor. Defecto causado, por la selección aplicada con igualdad, menor que el que correspondería a un criterio de homogeneidad de los efectos del turismo en todo el territorio de la provincia: $\text{Repercusión} = \text{PIB turístico (ciudad)} / \text{PIB (provincia)}$

- b. La otra alternativa se aplicaría midiendo el impacto del turismo aplicando la hipótesis de corrección de la proporcionalidad del turismo en función de la formación de PIB solo respecto a la parte proporcional de la población de la provincia considerada. Lo cual, no obstante, se cometería el error de considerar la influencia del turismo proporcionada por el empleo turístico, igual en toda la provincia: $\text{Repercusión} = \text{PIB turístico (provincia)} / \text{PIB (provincia) (ponderado)}$. $\text{Ponderación} = W1$ (empleo ciudad turística) / $W2$ (empleo provincia)

Mediante la aplicación de dicha corrección se podrá tener una aproximación mejor a nivel de capital a la cual se la somete a un estimado de proporcionalidad del papel del turismo.