

# El turismo, en su encrucijada



**Óscar Perelli del Amo**

Vicepresidente Ejecutivo de Excetur

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

# El turismo generador de prosperidad y motor de la economía española

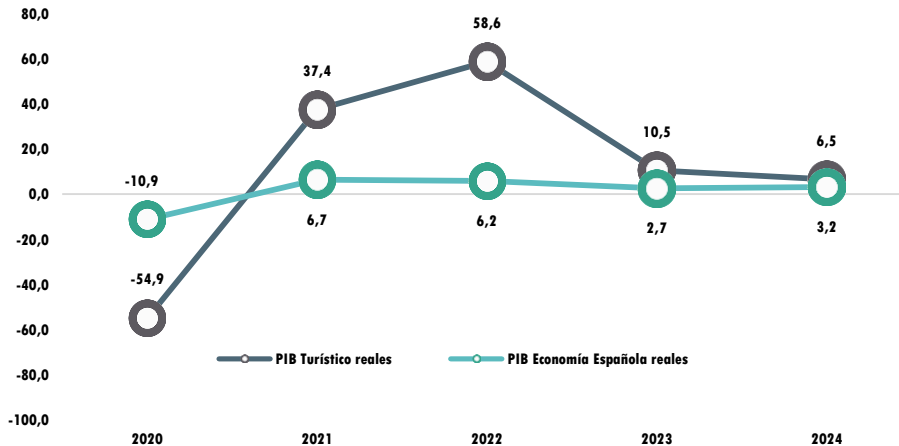
## PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española Variaciones % frente al año anterior

Fuente: Exceltur (ene 2025), CST (INE), CNTR (INE)  
(En %)



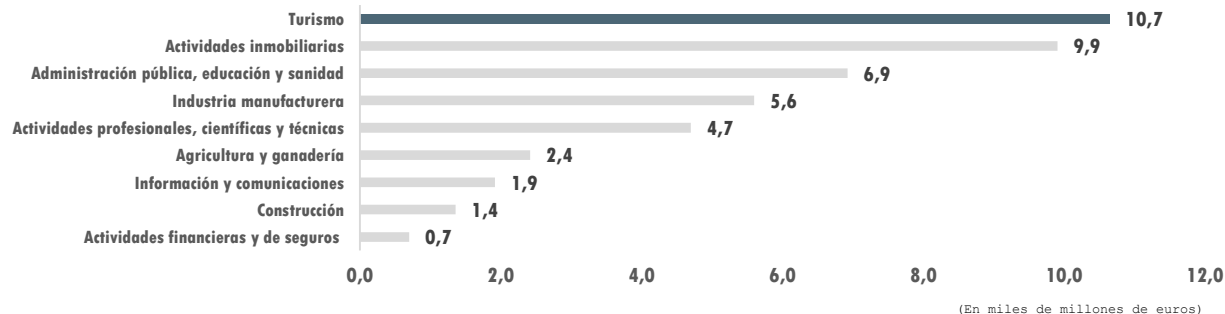
## El turismo principal motor de la economía española en 2024

- 207.763** mlls € el valor del PIB turístico registrado en España durante 2024, estimado por EXCELTUR
- +6,5%** de crecimiento real respecto a los niveles de actividad turística de 2023
- 10.646** mlls € la ganancia de actividad turística real en 2024 respecto a 2023, por encima del resto de sectores de la economía española.
- 13,0%** el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española tras la última publicación de la Cuenta Satélite del INE, 0,7 pp por encima de los niveles de 2023 (12,3%, según el INE)



## Aumento en miles de millones de actividad real por sectores de la economía española en 2024 vs 2023

Fuente: Exceltur (ene 2025), CST (INE), CNTR (INE)



# Con un papel trascendental en el sistema económico español

**207.763 mls € en 2024**

Más que todas las manufacturas juntas (**170 mil millones en 2024**).

**3** veces más que el sector de la construcción (**84 mil millones en 2024**).

**5** veces más que todo el sector primario en su conjunto (**41 mil millones en 2024**).

---

Por cada **100 euros generados** de forma directa por el turismo, se obtienen **62,1 euros** en otros sectores de actividad.

---

El **24 %** del aumento de la actividad económica en España en los últimos **10 años**.

---

Sin turismo, el endeudamiento de España hubiera crecido en **577 mil millones de euros** más en la última década. Esto ha generado un ahorro de **12.277 €** por español.

---

Los ingresos internacionales por turismo han permitido financiar el **100 %** de toda la compra externa de la energía que han necesitado los españoles en los últimos 10 años.

# Excelente comportamiento por destinos vacacionales

De los **105** principales destinos españoles, **98** registran un RevPAR en 2024 superior al que registraban en 2019 (**89 un 10% por encima, 9 por debajo del 10%**) y los **6** restantes decrecimientos.

**90** volvían a crecer en 2024 respecto a los valores de 2023 (**37 un 10% por encima, 52 por debajo del 10%**) y los **15** restantes decrecimientos.

## Puntos vacacionales de costa

RevPAR Promedio Destinos Vacacionales

2024 VS 2023

103,4€

Variación Media Destinos Vacacionales

2024 VS 2023

+8,1%

Posición	DESTINO	RevPAR	TV vs 2023 (%)	Posición	DESTINO	RevPAR	TV vs 2023 (%)
1	Eivissa	177,6 €	▲ 5,5	27	Conil de la Frontera	98,2 €	▼ -2,4
2	Sant Josep de Sa Talaia	168,0 €	▼ -3,0	28	Pájara	96,7 €	▲ 11,9
3	Marbella	157,9 €	▲ 7,9	29	Benalmádena	95,0 €	▲ 1,4
4	Adeje	150,9 €	▲ 12,4	30	Cambrils	94,1 €	▲ 3,6
5	Santa Eulalia des Rius	145,6 €	▲ 13,5	31	Torremolinos	90,7 €	▲ 2,6
6	San Bartolomé de Tirajana	133,2 €	▲ 11,1	32	Santa Margalida	84,2 €	▲ 9,0
7	Chiclana de la Frontera	133,1 €	▼ -4,7	33	Castell-Platja D'Aro	82,5 €	▼ -4,1
8	Calviá	132,9 €	▲ 19,7	34	Manacor	82,3 €	▲ 10,8
9	Santanyí	131,0 €	▼ -3,0	35	Santa Susana	82,0 €	▲ 21,7
10	Muro	130,8 €	▲ 15,1	36	Llucmajor	81,3 €	▲ 21,2
11	Yaiza	128,5 €	▲ 8,6	37	Gandía	81,1 €	▲ 14,0
12	Isla Cristina	122,4 €	▲ 14,8	38	Benidorm	80,1 €	▲ 13,2
13	Sant Antoni de Portmany	118,1 €	▲ 3,7	39	Roses	79,2 €	▲ 8,2
14	Tías	117,2 €	▲ 7,2	40	Denia	79,0 €	▼ -5,1
15	Ciutadella	116,9 €	▲ 3,1	41	Salou	76,3 €	▲ 6,7
16	Palma	115,5 €	▲ 9,0	42	Tarifa	75,9 €	▼ -11,5
17	Estepona	113,9 €	▼ -14,9	43	Fuengirola	73,2 €	▲ 4,2
18	Vila-Seca	111,8 €	▲ 0,7	44	Puerto de la Cruz	71,2 €	▲ 7,4
19	Sant Llorenç des Cardassar	111,2 €	▲ 22,3	45	Lloret de Mar	66,5 €	▲ 5,5
20	Alcudia	109,9 €	▼ -5,1	46	Roquetas de Mar	65,8 €	▲ 3,1
21	Arona	109,7 €	▲ 5,0	47	Mojácar	62,4 €	▼ -0,2
22	Mogán	109,5 €	▲ 12,8	48	Almuñécar	61,9 €	▲ 4,9
23	Sitges	108,4 €	▲ 7,8	49	Calella	60,8 €	▲ 24,1
24	Teguise	107,3 €	▲ 20,5	50	Puerto de Santa María	58,9 €	▲ 22,7
25	La Oliva	103,8 €	▲ 11,1	51	Peñíscola	53,1 €	▲ 6,0
26	Capdepera	102,7 €	▲ 7,2	52	Benicasim	52,5 €	▲ 2,2
				53	Cartagena	50,8 €	▲ 3,6



# Y también en los principales destinos urbanos

## Destinos urbanos

RevPAR Promedio  
Destinos Urbanos

2024 VS 2023

97,5€

Variación Media Destinos  
Urbanos

2024 VS 2023

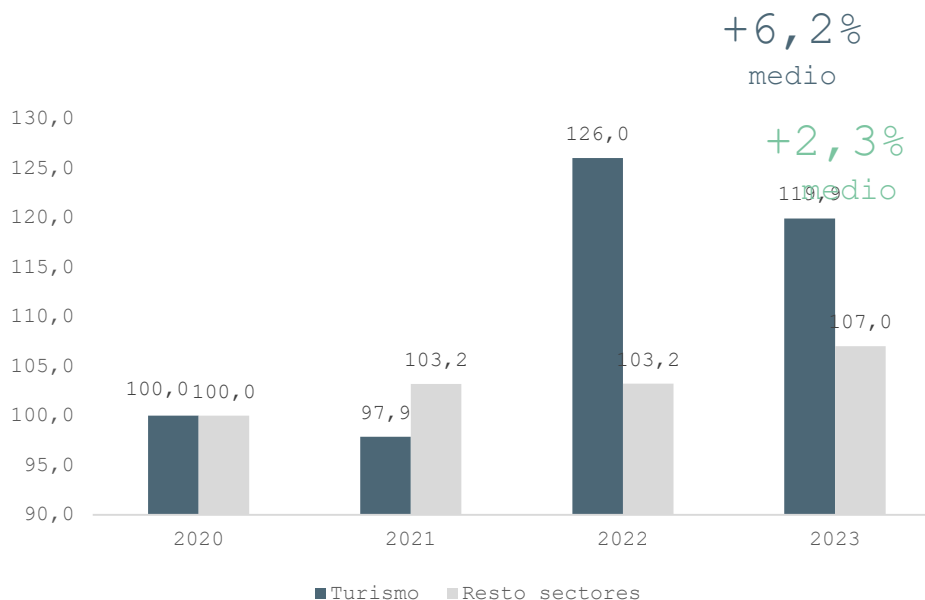
+10,3%

Posición	CIUDAD	RevPAR	TV vs 2023 (%)	Posición	CIUDAD	RevPAR	TV vs 2023 (%)
1	Barcelona	142,2 €	▲ 8,6	26	Logroño	49,9 €	▲ 3,6
2	San Sebastián	120,3 €	▲ 1,7	27	León	49,1 €	▲ 9,6
3	Málaga	117,0 €	▲ 10,9	28	Vitoria	49,0 €	▲ 1,8
4	Madrid	116,1 €	▲ 18,3	29	Valladolid	48,4 €	▲ 5,5
5	Palma	115,5 €	▲ 9,0	30	Oviedo	48,3 €	▲ 13,6
6	Sevilla	100,6 €	▲ 13,8	31	Gijón	47,7 €	▲ 8,9
7	Valencia	93,9 €	▲ 3,5	32	Zaragoza	46,4 €	▲ 9,0
8	Bilbao	87,2 €	▲ 10,5	33	Cáceres	46,3 €	▼ -0,3
9	Alicante	85,3 €	▲ 17,2	34	Burgos	46,3 €	▲ 10,6
10	Cádiz	82,5 €	▲ 4,4	35	Vigo	46,1 €	▼ -0,8
11	Girona	78,2 €	▼ -2,0	36	Coruña (A)	45,9 €	▲ 0,7
12	Palmas de Gran Canaria (Las)	74,6 €	▲ 15,4	37	Pontevedra	44,9 €	▲ 11,9
13	Santander	72,8 €	▲ 8,6	38	Teruel	44,5 €	▲ 13,2
14	Pamplona	67,3 €	▼ -2,3	39	Castellón	44,3 €	▲ 4,1
15	Santa Cruz de Tenerife	66,8 €	▲ 12,1	40	Mérida	42,9 €	▼ -2,7
16	Granada	64,3 €	▲ 3,5	41	Zamora	42,6 €	▲ 14,5
17	Córdoba	62,9 €	▲ 17,9	42	Murcia	40,7 €	▲ 10,8
18	Elche	59,1 €	▲ 25,4	43	Lleida	40,3 €	▲ 8,7
19	Toledo	59,0 €	▲ 8,6	44	Salamanca	40,1 €	▲ 0,9
20	Santiago de Compostela	59,0 €	▲ 9,2	45	Palencia	39,9 €	▲ 16,0
21	Tarragona	58,4 €	▲ 8,4	46	Cuenca	39,9 €	▲ 8,7
22	Jerez de la Frontera	57,1 €	▲ 10,5	47	Badajoz	36,4 €	▲ 7,2
23	Almería	54,5 €	▲ 5,4	48	Soria	34,8 €	▼ -0,7
24	Segovia	54,5 €	▲ 10,4	49	Albacete	34,8 €	▲ 3,2
25	Jaén	53,3 €	▲ 9,4	50	Ávila	34,2 €	▲ 6,0
				51	Ciudad Real	30,8 €	▲ 14,2
				52	Lugo	29,8 €	▲ 9,1

# Detrás de este comportamiento hay una fuerte inversión empresarial en mejora de producto hacia aquellos de mayor valor añadido

## Inversión bruta por sectores de la economía española desde 2020 (año 2020=100)

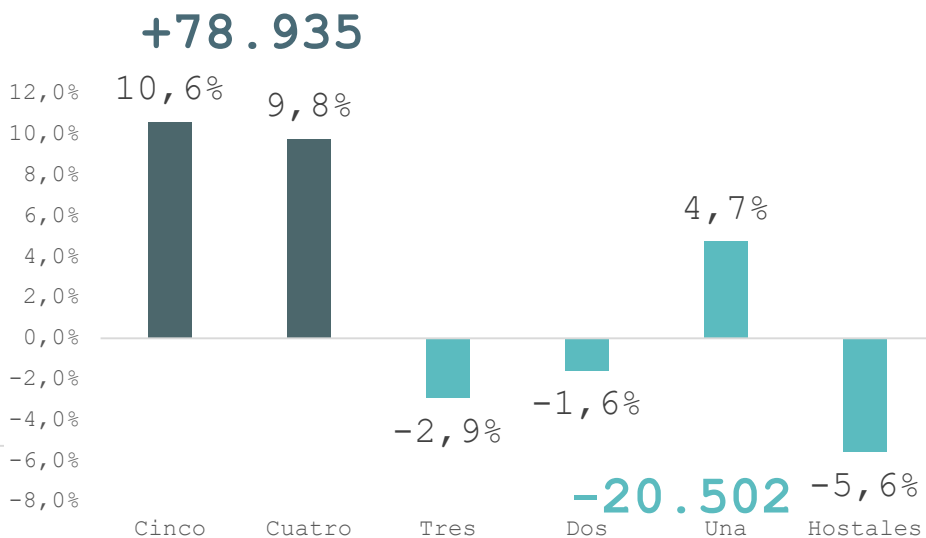
Fuente: EXCELTUR a partir de IVIE



## Reposicionamiento gradual de la oferta hotelera española: variación del número de plazas hoteleras por categorías.

Var ene-dic 2024-2019

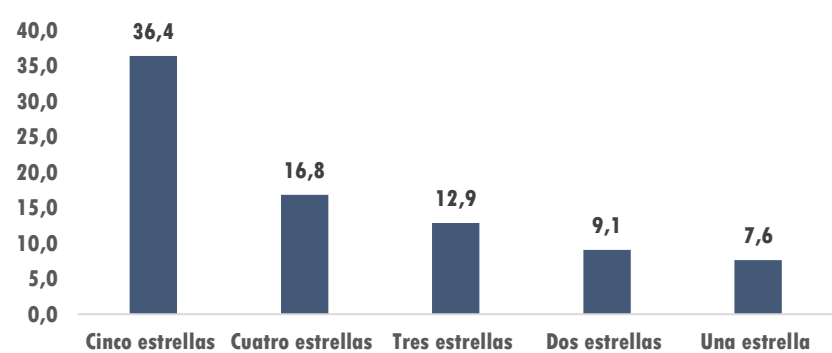
Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de EOH (INE)



# Con una incidencia en la creación de un mayor y un mejor empleo

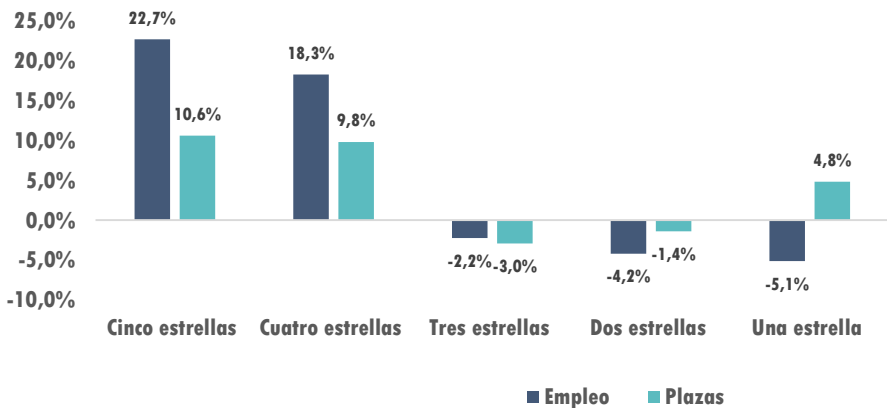
Trabajadores contratados por cada 100 plazas, por categoría de hotel.  
Enero-diciembre 2024

Proporción de trabajadores sobre plazas (%)  
Fuente: EXCELTUR a partir de EOH del INE



Variación de trabajadores contratados y plazas abiertas en hoteles. 2024 vs 2019

Tasa de variación (%)  
Fuente: EXCELTUR a partir de EOH del INE



Que se ha trasladado en una notable mejora de las condiciones laborales dentro de una pugna por la atracción de talento

## TURISMO

% temporalidad

+7,8% en 24  
vs 34,7% en 19

## RESTO SECTORES

+13,3% en 24  
vs 28,9% en 19

Var % Salarios

+13,1% 24 vs 19

+10,2% salario 24 vs 19

Distribución de los afiliados en el sector turístico por tipo de contrato

Diciembre 2019 y 2024

Fuente: Exceltur a partir de la Seguridad Social

Tipo de contrato	dic-19	dic-24
Indef. tiempo completo	35,9%	46,4%
Indef. tiempo parcial	20,8%	31,1%
Indef. fijo discontinuo	7,8%	14,1%
Temp. tiempo parcial	21,8%	4,4%
Temp. tiempo completo	12,9%	3,4%
Otros	0,4%	0,3%
Formación y prácticas	0,5%	0,2%

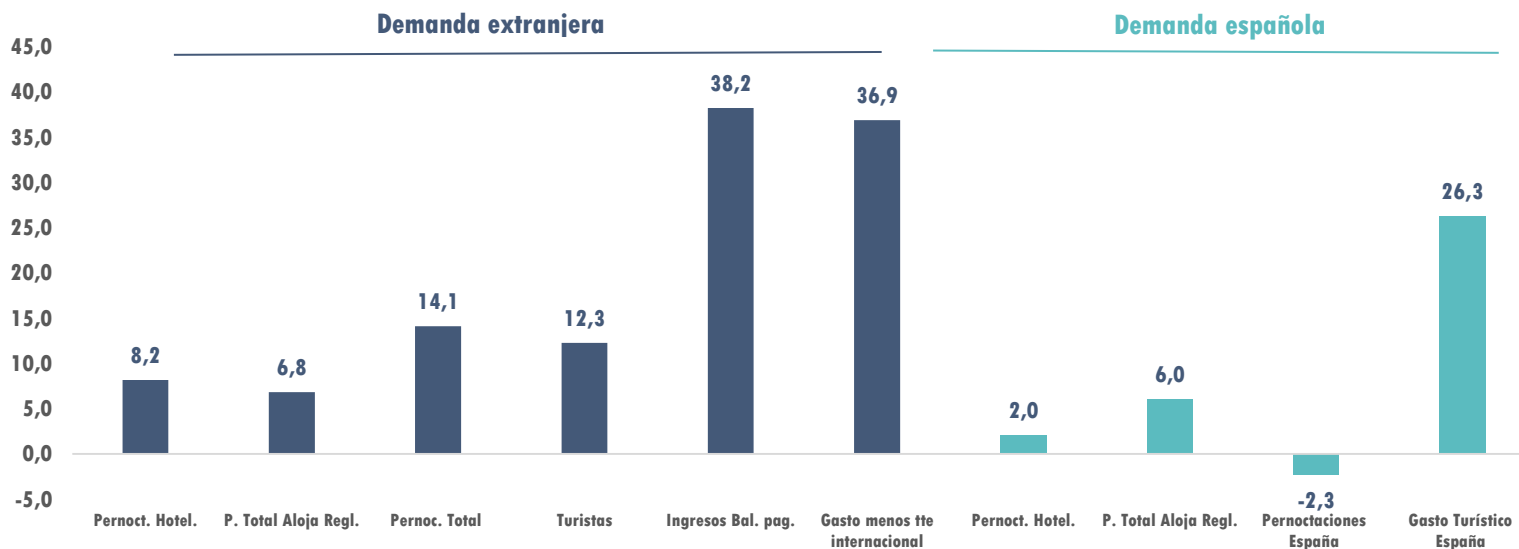
# Con una mejora en contribución impulsada por el mayor gasto en destino y no tanto en afluencia

## Liderada por la demanda internacional

### Indicadores de demanda extranjera y española, 2024 vs 2019

(Tasa de variación, en %)

Fuente: Elaborado por Exceltur de Frontur, Egatur, ETR y Enc. Ocupación (INE) , Balanza de pagos (Banco de España)

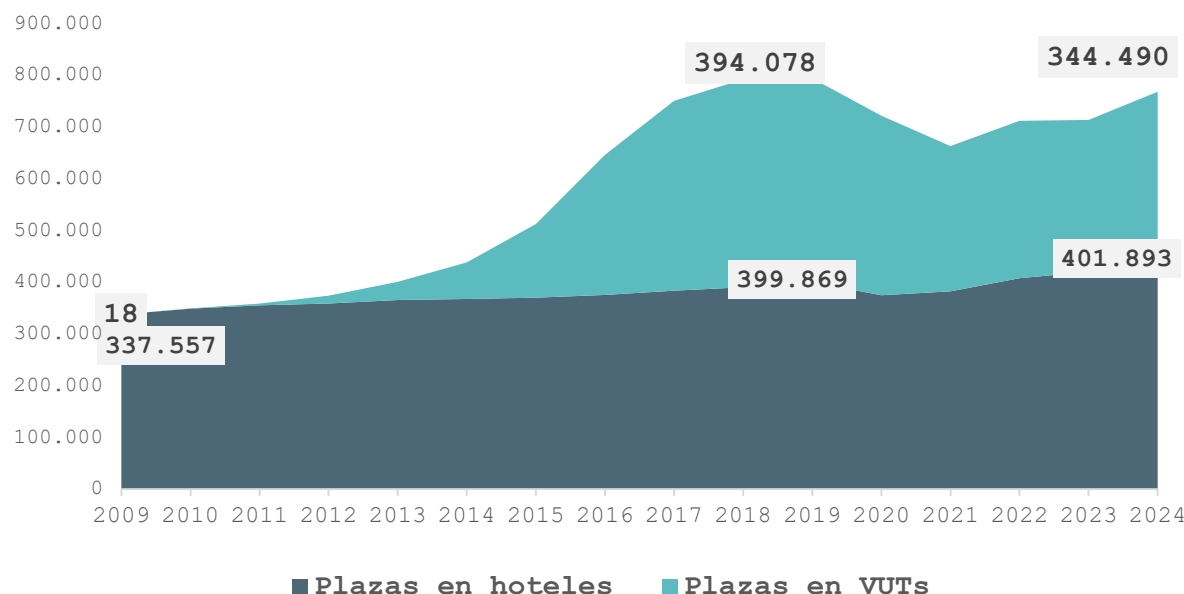




# Esta realidad coincide con un elemento desbordante y descontrolado, como es la conversión de viviendas en alojamientos turísticos

**2024 ha vuelto a ser testigo de un crecimiento descontrolado de viviendas turísticas al mercado (25 principales ciudades españolas).**

Fuente: EXCELTUR a partir de Airdna



Plazas en viviendas

**344.490** plazas de alojamiento en VUT 2024

**401.893** plazas en alojamientos tradicionales



Plazas de hotel

**El número de plazas en VUT se incrementó un +17,4% en 2024 vs 2023, lo que supone la apertura de 50.937 nuevas plazas en las 25 principales ciudades españolas, con notables diferencias entre ellas, según datos de Airdna,**

# Con varias ciudades en las que la oferta de plazas turísticas en viviendas supera ya a las hoteleras

Ciudades	Plazas en viviendas de uso turístico			Plazas en hoteles		
	Volumen	Dif interanual	TV interanual	Volumen	Dif. Abs.	TV
<b>Total 25 ciudades</b>	<b>344.490</b>	<b>50.937</b>	<b>17,4%</b>	<b>401.893</b>	<b>8.508</b>	<b>2,2%</b>
<b>Madrid</b>	<b>74.766</b>	<b>13.767</b>	<b>22,6%</b>	<b>92.485</b>	1.922	2,1%
<b>Barcelona</b>	<b>54.099</b>	5.178	10,6%	<b>86.350</b>	1.140	1,3%
<b>Málaga</b>	<b>35.835</b>	5.749	19,1%	<b>13.629</b>	201	1,5%
<b>Valencia</b>	<b>32.879</b>	7.530	29,7%	<b>20.225</b>	1.332	7,1%
<b>Sevilla</b>	<b>31.881</b>	4.715	17,4%	<b>26.057</b>	670	2,6%
Alicante	17.118	3.072	21,9%	9.055	163	1,8%
Granada	14.779	1.637	12,5%	14.657	767	5,5%
Córdoba	10.484	1.869	21,7%	7.428	-36	-0,5%
Las Palmas de Gran Canaria	9.802	807	9,0%	6.425	-60	-0,9%
Santander	5.448	697	14,7%	4.799	453	10,4%
Gijón	6.333	950	17,6%	4.637	-154	-3,2%
Palma de Mallorca	6.434	-711	-9,9%	35.718	1.216	3,5%
San Sebastián	5.970	216	3,8%	8.474	686	8,8%
Bilbao	4.730	473	11,1%	9.762	-42	-0,4%
Murcia	4.720	849	21,9%	4.667	-1	0,0%
Zaragoza	4.368	990	29,3%	10.230	83	0,8%
Almería	3.380	540	19,0%	4.089	-84	-2,0%
A Coruña	3.149	469	17,5%	5.179	62	1,2%
Oviedo	3.495	795	29,5%	5.399	-123	-2,2%
Toledo	3.526	658	23,0%	4.564	139	3,1%
Ibiza**	2.403	-291	-10,8%	10.205	-42	-0,4%
Santiago de Compostela	2.466	238	10,7%	7.318	-218	-2,9%
León	2.705	369	15,8%	3.375	-24	-0,7%
Pamplona	2.220	47	2,2%	3.222	274	9,3%
Valladolid	1.499	323	27,4%	3.944	183	4,9%

## Plazas en viviendas de uso turístico y en hoteles en las 25 principales ciudades españolas. Nivel medio anual. 2024 vs 2023

Niveles, diferencias absolutas interanuales y tasas de variación interanuales (%)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA e INE

\* Los datos se refieren al número de plazas en VUTs. Las mismas han sido calculadas a partir de la publicación de listings de AirDNA y su estructura por cada tipología (casas completas, habitaciones privadas y habitaciones compartidas) para cada ciudad analizada, utilizando los datos del Instituto Nacional de Estadística de plazas por cada tipología para la conversión de listings a plazas. La obtención de las plazas trimestrales se ha realizado a partir de los promedios de los datos mensuales, siendo conscientes de que una parte de la oferta de VUTs entra y sale del mercado en función de la situación temporal de la demanda y las características del propietario.

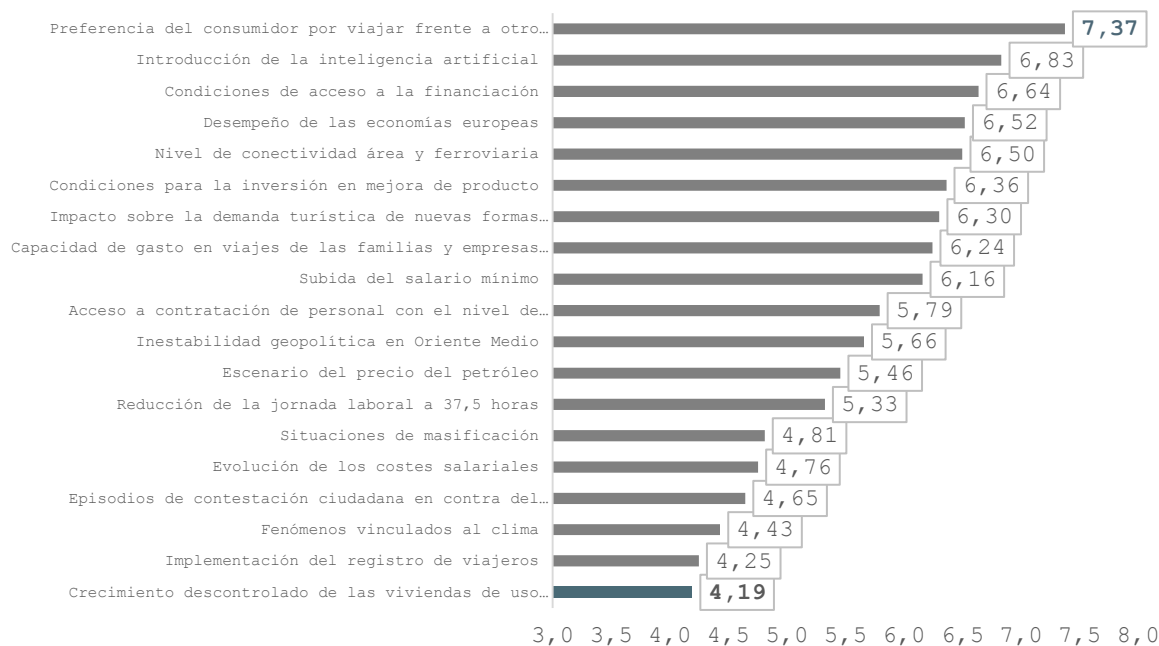
# Siendo el elemento de mayor preocupación de las empresas turísticas en el inicio de 2025

65 mil anuncios, 250 mil plazas ilegales identificadas por el Ministerio de Consumo

## Valoración de los empresarios turísticos de los principales factores que condicionaran la actividad turística en 2025

(1 muy negativo-10 muy positivo)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (ene 2025)



Los empresarios turísticos identifican en el crecimiento de viviendas turísticas ilegales el principal problema del sector turístico español para 2025, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

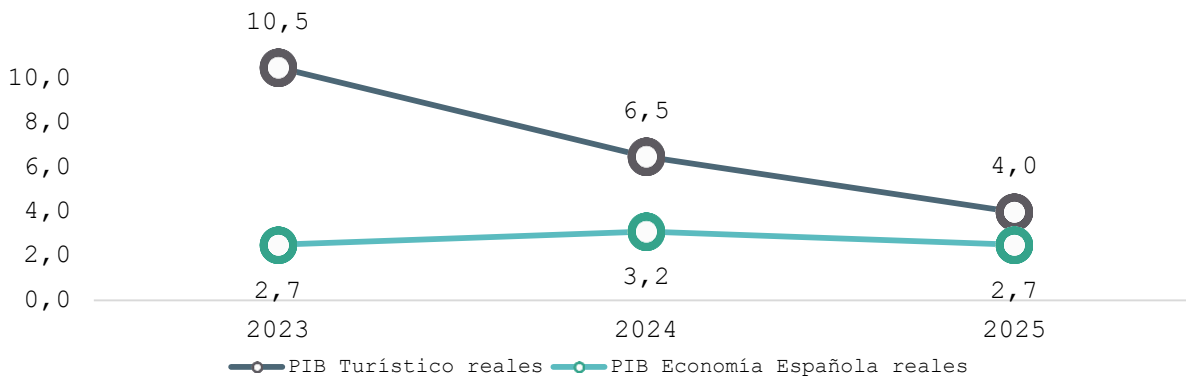
# A corto plazo todo apunta a que el turismo seguirá creciendo y manteniendo su condición de sector clave dinamizados de la economía española

## Estimaciones de PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española

Variaciones frente al año anterior

Fuente: Exceltur (abr 2025), CST (INE), CNTR (INE) y previsiones Banco de España (mar 2025)

(En %)



## Contribución prevista del Turismo a la economía española en 2025

**224.298 mlls €** el valor del PIB turístico previsto en 2025 en España

**+4,0%** respecto a los niveles de actividad turística de 2024

**13,5%** el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española (máximo en la serie histórica)

**6.546 mlls €** la ganancia en términos reales (eliminando el efecto de los precios) de actividad turística en 2025 respecto a 2024.

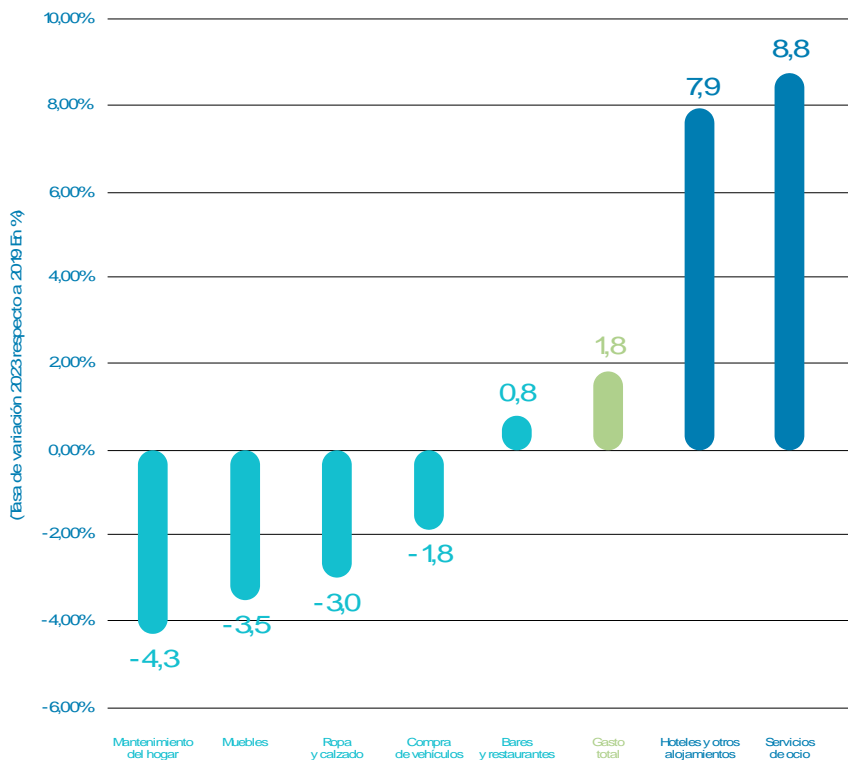


# Aumento del consumo turístico por el cambio de las preferencias en favor del ocio y los viajes

Cambio en los patrones de consumo de los europeos en favor del ocio y los viajes de 2019 a 2023

(Último dato disponible)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de EUROSTAT



Desde 2019, los consumidores europeos han primado los viajes frente a otras partidas de consumo duradero

**+8,8%** en hoteles

**+7,9%** en ocio

**-1,8%** compra de vehículos

**-3,0%** ropa y calzado

**-4,3%** elementos del hogar

## Cuestionamiento creciente de las bondades del turismo





# Dentro de una narrativa que culpabiliza al turismo de elementos de la vida en los destinos

Cada vez más ciudadanos españoles residentes en destinos diversos ven el turismo como un potencial problema y no como antaño, como una gran oportunidad y fuente generadora de prosperidad socioeconómica

El día que Canarias exigió el fin del turismo masivo e hizo historia en las calles: "Queremos ser anfitriones, no esclavos"

Cerca de 200.000 personas se han manifestado en todo el Archipiélago en contra de la pobreza, la escasez de agua, la destrucción de los paisajes naturales y la falta de vivienda: "Aquí vive gente"

Santa Cruz de Tenerife / Las Palmas de Gran Canaria / Arrecife — 20 de abril de 2024



EDITORIAL > 1

## El turismo no puede ser solo números

El sector tiene que mirar más allá de los récords, apostar por la sostenibilidad y colaborar a solventar su impacto en la crisis de vivienda

## Manifestación contra el turismo masivo en pleno centro de Barcelona: "La ciudad no es Disneylandia"

La marcha, convocada por 140 entidades, ha salido de las Ramblas y llegará hasta la Barceloneta, dos de los puntos calientes de la ciudad

Nueva manifestación contra la masificación turística en Mallorca: ¿cuándo será?



El Confidencial

MALESTAR CRECIENTE EN EL PAÍS

¿No hay un hartazgo? Mira a Málaga: miles de personas se manifiestan contra la 'turistificación' y su efecto en la vivienda

Convocados por el Sindicato de Inquilinas e Inquilinos, y con el lema "Málaga para vivir, no para sobrevivir", los ciudadanos lanzan un serio mensaje a unas autoridades que vinculan la movilización con la "turisfobia"



La manifestación "Málaga para vivir, no para sobrevivir" ha convocado a 5.500 personas. (Álex Zea / Europa Press)

## Toda Canarias salvo La Gomera se suma a las protestas del 18M contra el turismo masivo y la depredación del territorio

7 de mayo de 2025

TURISMO MASIVO

## La masificación turística y el caos circulatorio enfadan a los vecinos de Sóller

LUCÍA BOHÓRQUEZ | Palma | 28 ABR 2025 - 05:00 CEST

La plataforma SOS Sóller reclama limitar la entrada de vehículos al pueblo y una campaña con inteligencia artificial denuncia la pérdida de rincones para los residentes

## Cerca de 800 personas gritan en Cangas contra el turismo «caótico y egoísta»

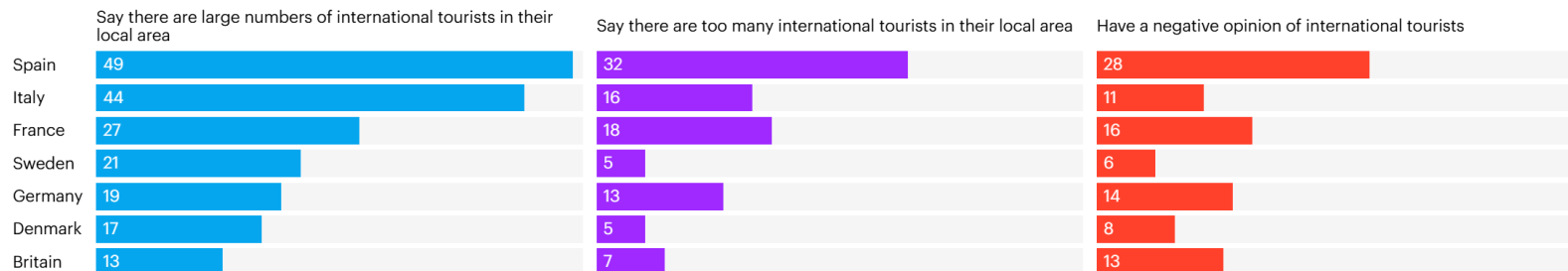
La primera manifestación contra la «turistificación» critica los problemas de vivienda y la «homogeneización cultural» | Participa la alcaldesa

Cangas 11 MAY 2025 6:06



El sindicato CIG o el partido político Sumar acudieron con sus siglas propias así como autoridades sobre todo del BNG, como la alcaldesa de Cangas, Araceli Gestido, otros concejales nacionalistas del gobierno local como Antón Iglesias y Xiana Abal o el diputado Paulo Rios, también del Bloque. Durante el recorrido resonaron las gaitas y la percusión tradicional además de que algunos de los presentes encendieron bengalas y botes de humo.

## One in three people in Spain say there are too many international tourists in their local area, and a quarter now have a negative view of foreign travellers



YouGov

6-20 August 2024

### CANARIAS. Año 2024

Fuente: Encuesta de hábitos y confianza socioeconómica. Percepción del turismo en Canarias; ISTAC

¿Es la actividad turística beneficiosa? 62,0% de acuerdo, 19,3% en desacuerdo.

¿Debe seguirse potenciando el turismo en las islas? 63,3%, 23,5% en desacuerdo.

### ISLAS BALEARES: Año 2022

Fuente: Encuesta de opinión sobre el turismo en las Islas Baleares; GOIB

“Estoy muy satisfecho con el turismo”: 51,9% de acuerdo, 29,5% en desacuerdo.

### MALLORCA: Año 2024

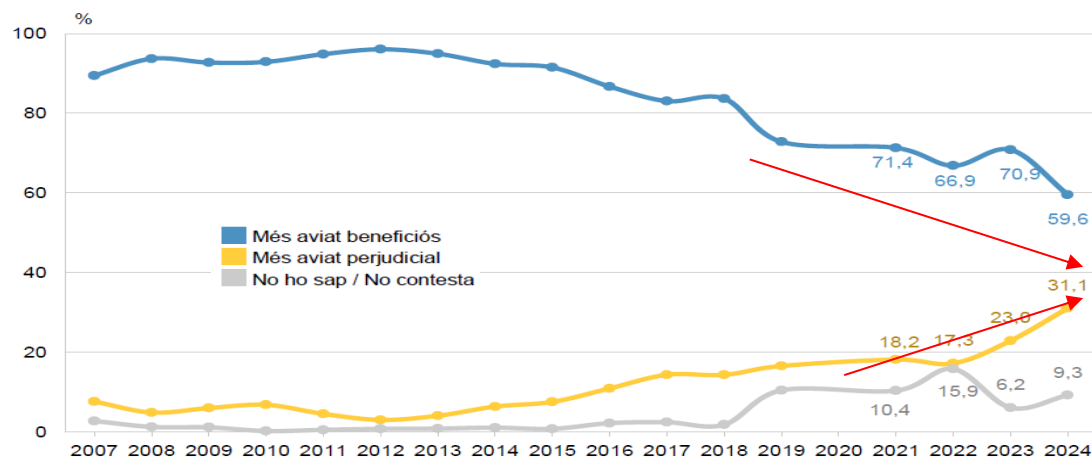
Fuente: Estudio sobre la sostenibilidad social del turismo en Mallorca; Fundament

“Si hay más turismo, mejora la calidad de vida”: 93,5% (83,0% en 2023) en desacuerdo.



Percepció del Turisme a Barcelona 2024  
Presentació de Resultats

## EL TURISME ÉS BENEFICIÓS PER A BARCELONA EVOLUCIÓ



Excetur

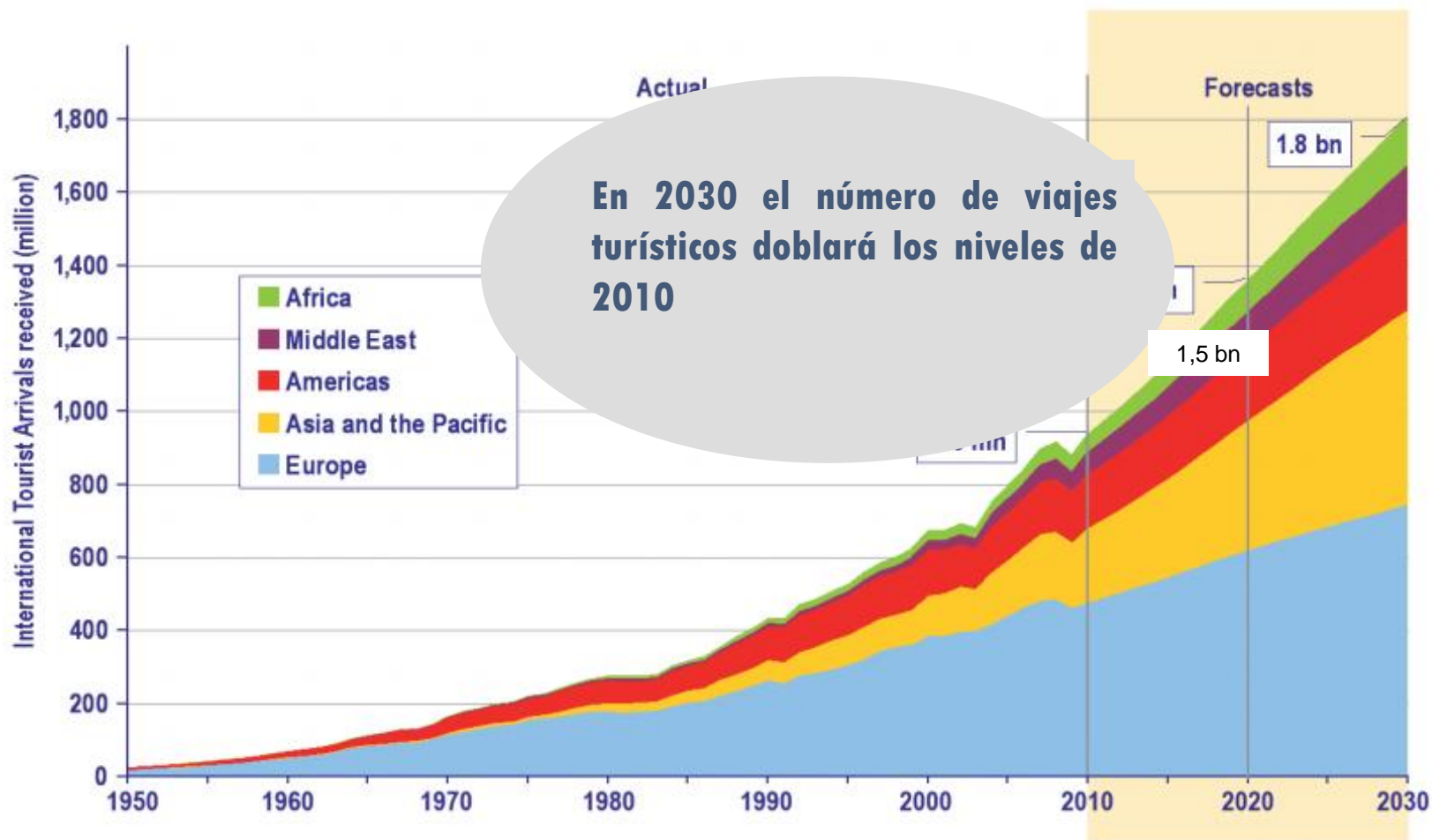


## El turismo de masas, un fenómeno sin vuelta atrás



# Crecimiento exponencial de los flujos turísticos

UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030





## Incorporado en las previsiones de la industria aérea



## Crecimiento explosivo de la clase media (90% asiáticos)

**2020**

**3,2**

Mil millones

**2030**

**5,2**

Mil millones



# Viajeros con ingresos y tiempo de los mercados tradicionales europeos



**2020**

**0,8**

**Mil millones**



**2050**

**2,1**

**Mil millones**



# Nuevas generaciones: millenials ... Z

**87%** de los viajeros utiliza Facebook como fuente de inspiración para viajar

**85%** visita múltiples sitios web antes de hacer una reserva,

**46%** realiza su reserva a través de su smartphone o su tablet, International Marketing INC

**66%** desean experiencias auténticas. ESERP Bussines School





**¿Un turista que persigue experiencias auténticas y personalizadas?**





## En los mismos destinos







**Que está dando lugar a**

**reacciones extremas**

**e improvisadas**



12€ en  
Barcelona



Cataluña  
0,45-2,25 €  
Persona y noche

Baleares  
0,25-2 €  
Persona y noche

Roma  
2-3 €  
Persona y noche

París  
0,22-4,4 €  
Persona y noche

Amsterdam  
5%  
Persona y noche

Bruselas  
2,15-8,75 €  
Habitación y noche



Viena  
3,20%  
Persona y noche

Lisboa  
1 €  
Persona y noche

Berlín  
5%  
Persona y noche

Malta  
0,5 €  
Persona y noche

Praga  
0,5 €  
Persona y noche

Budapest  
4%  
Persona y noche



**El reto: gestionar el destino**

**para compatibilizar el**

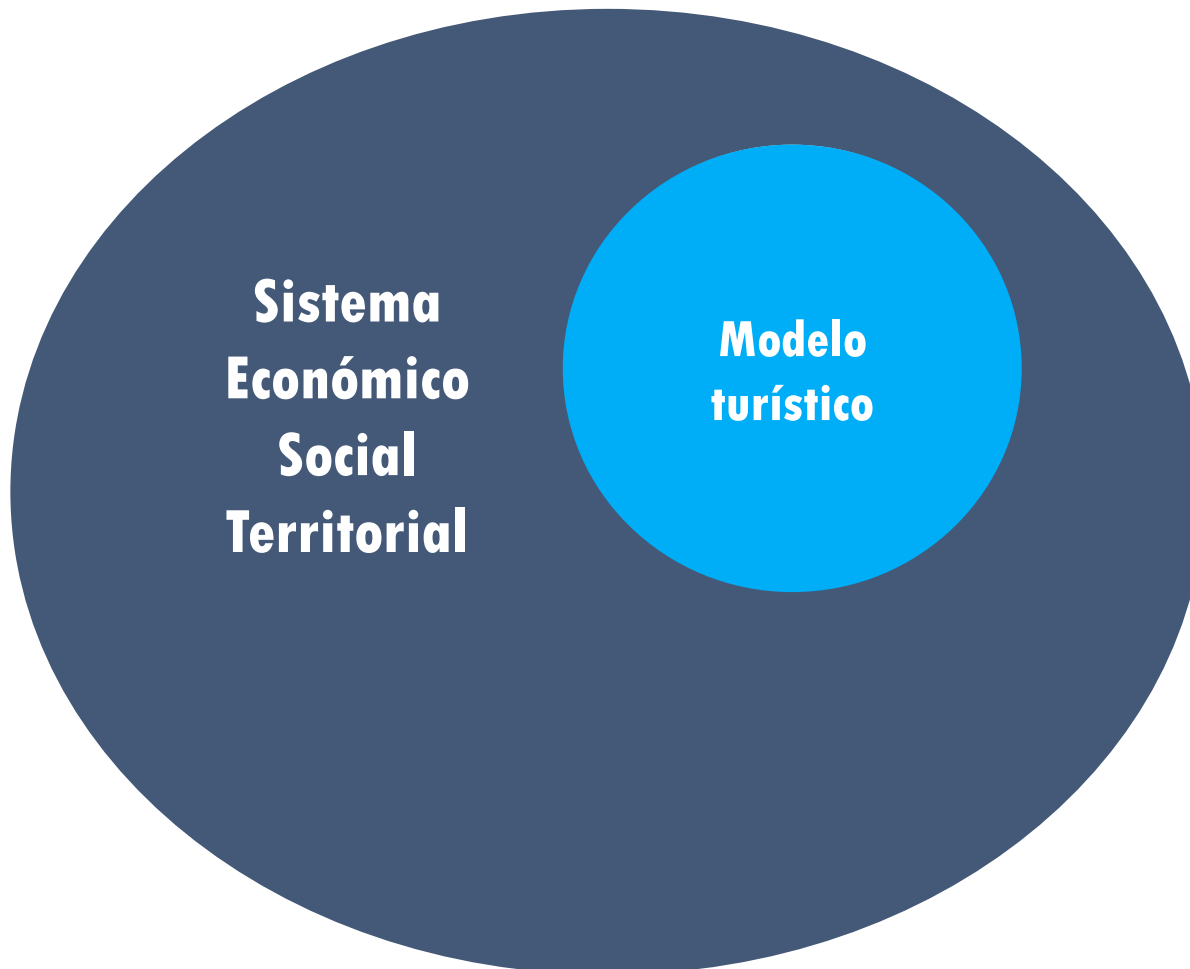
**desarrollo turístico con la**

**preservación de los recursos y**

**la calidad de vida local**

## **Cambio de paradigma**

**De gestionar el turismo en el destino a gestionar un Sistema con turismo**





**Planificación  
urbana**

**Seguridad**

**Movilidad  
sostenible**

**Paisaje  
urbano**

**Vivienda  
Actividades  
económicas**

**Cohesión  
social**

**Accesibilidad  
Intermodalidad**

**Compromiso  
ambiental**

**Identidad  
local**

**Eficiencia  
institucional**

**Diseño y calidad  
del espacio público**

**Innovación**

**El turismo un  
componente  
sistémico de la  
Agenda territorial**

**Liderazgo  
público**

**Talento**

**Experiencias  
inolvidables**

**Emprendimiento**

**Creatividad**

**Financiación**

**Digitalización**

# Elegir

(Posicionamiento deseado)

¿Qué productos?

¿Cuántos turistas?

¿De qué perfiles?

¿En qué lugares?

¿En qué momentos?

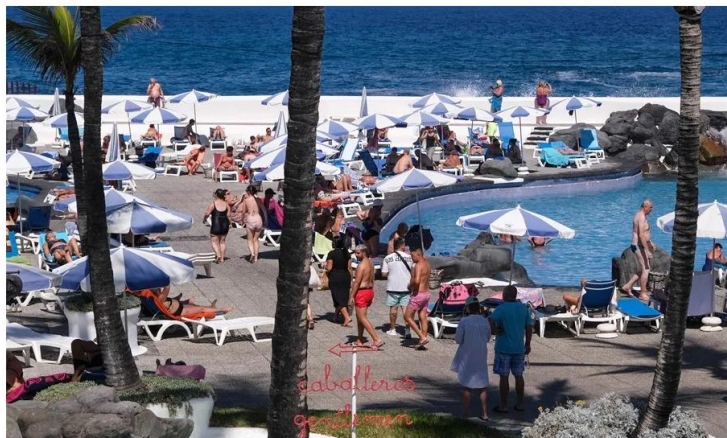
¿Con que efectos?

# Cambiar las métricas

## Del número de turistas extranjeros a la contribución sistémica

EFE:

Productos ▾ Actualidad ▾ Webs temáticas ▾ Contacto Quiénes somos



En la imagen, dos turistas en el municipio tinerfeño de Puerto de la Cruz. EFE/Alberto Valdés

**España podría llegar a los 100 millones de turistas extranjeros en 2025 pero no arrebatara el liderato a Francia**

22 enero 2025



# Invertir en el mejor conocimiento

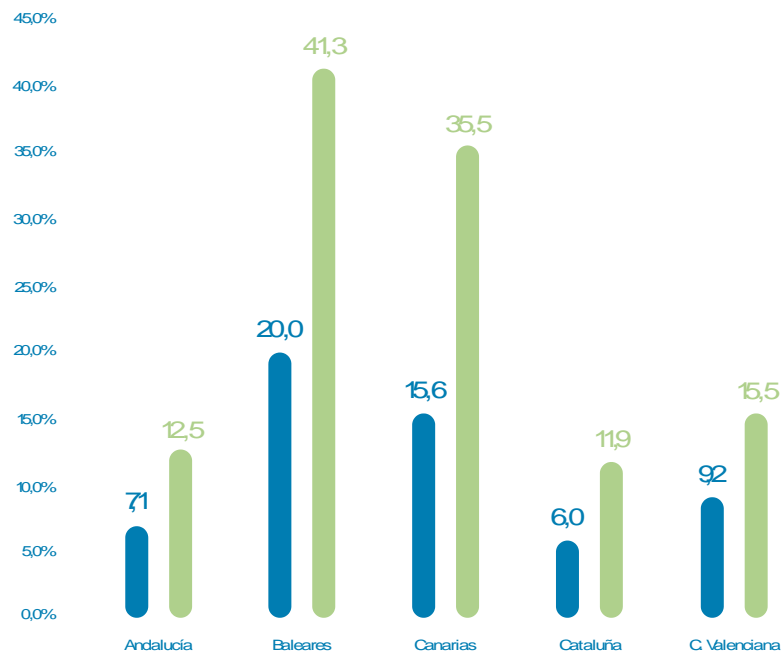
**Año 2024**

Comparativa de la presión turística respecto a la contribución del turismo a la economía de las provincias del litoral. Año 2024 (\*)

Fuente: Exceltur a partir de EGATUR, EIR, Censo de población viviendas turísticas, Estudios IMPACTUR, Junta de Andalucía, Generalitat de Catalunya

presión turística (%población turística sobre total)

contribución del turismo %PIB turístico sobre PIB total



(\*) Dato relativo a contribución económica del turismo (PIB turístico sobre total de Economía) último disponible en cada CC.AA.

**El 8,7% de la presión humana media en las 5 principales CC.AA. se debían a los turistas (elevándose al 15,1% en los meses de temporada alta)**

**El 91,3% restante es población residente.**

**En Baleares y Canarias, la presión turística alcanza el 20,0% y el 15,6% de media anual, muy por debajo de su contribución económica (41,3% y 35,5%, respectivamente)**

**Evolución 2019-2024**

**+1,2 millones de personas medias diarias de aumento de la presión humana (+4,7%)**

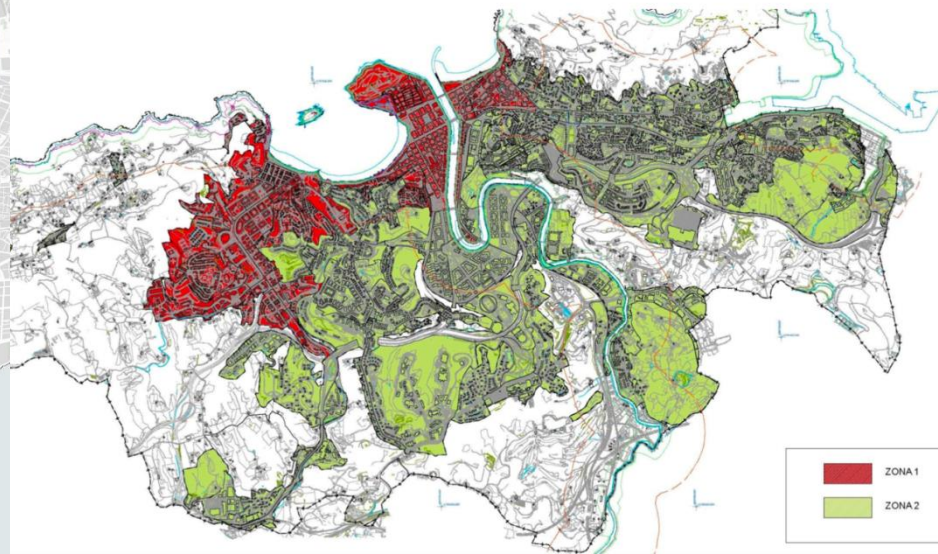
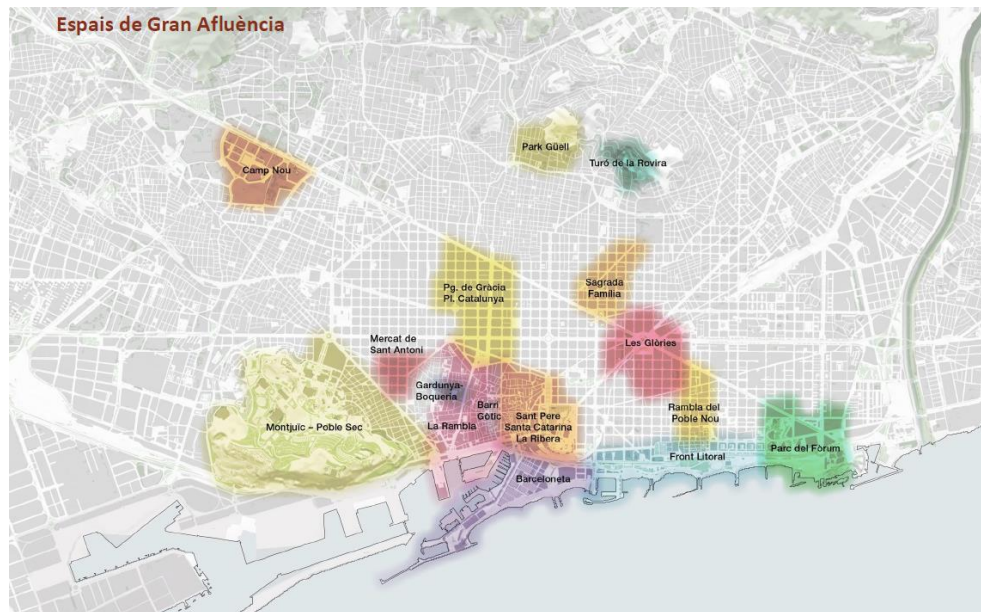
**88,8% (+1,1 millones) de la mayor presión se debe al aumento del número de residentes empadronados**

**11,2% del aumento de la presión se debe a más turistas diarios (141 mil de media)**



# Apostar por una estrategia + visión territorial

(trabajar con los instrumentos de ordenación y gestión urbanísticos)



# Facilitar la inversión en productos de mayor valor añadido, localizados en lugares de menor afluencia





# Regenrando los espacios públicos en el litoral





# Con nuevas propuestas lúdicas





**Promover la habitabilidad en las zonas de mayor presión/attractivo turístico**

**Dar respuesta al fenómeno de las VUT**

**Clave la aplicación del Decreto de la VUDA**





# Mantener la vitalidad e identidad local de las ciudades





# Preservando el comercio tradicional





# Invertir en la generación del mejor talento





# Planifica y dimensionar las infraestructuras de comunicación al posicionamiento deseado

**San Sebastian**



**Barcelona**



**Madrid**



**Ibiza**





## Descongestionar los centros de atracción turística, redistribuyendo los flujos turísticos







**Barceloneta, Barcelona**



**Matadero, Madrid**



**High line, Nueva York**



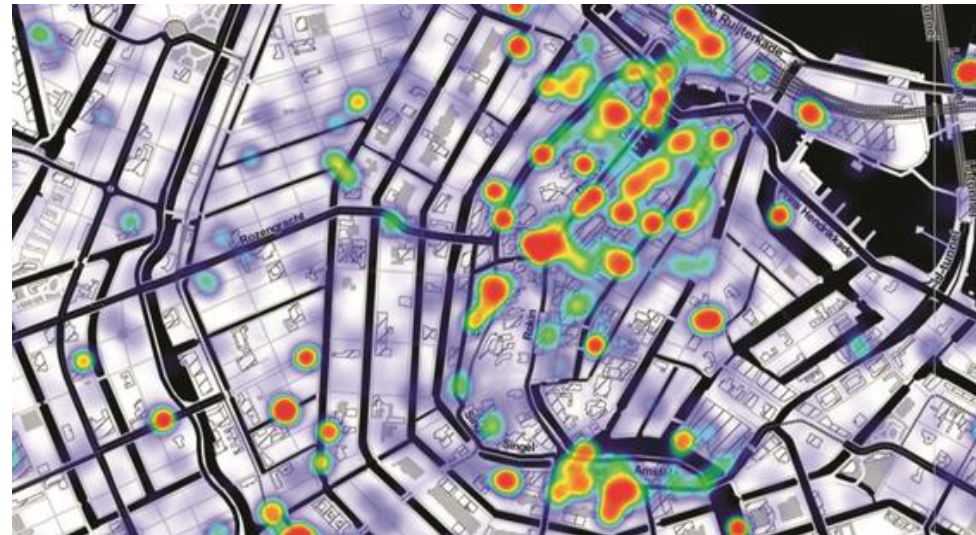
**Docklands, Londres**



# Trabajando con su hinterland de influencia



# Generar inteligencia de mercado y aplicarla a un marketing segmentado y los visitantes





Visión, liderazgo y prioridad política

Gobernanza comprometida y participativa

Gestionar con el mayor talento  
profesional





# Solido sistema de GOBERNANZA

Trabajo conjunto de los sistemas clásicos de **gestión turística profesional y especializados**, con los **órganos de la ciudad**

**Empresa Turística**

**Sociedad local**

# amsterdam& partners

amsterdam&partners is a not-for-profit organisation in the public-private sector, dedicated to making Amsterdam an even better place to live, work and visit. Learn about our mission, resources, research, products, services and partnership possibilities.



About us



Research and intelligence



Partners



Jobs



News



Speakers and workshops



Advertise



**Desde EXCELTUR estamos dispuestos a trabajar en esta dirección**

## **Manifiesto**

**Por un Turismo Responsable y Comprometido**

**“El turismo que todos queremos”**

**TURISMO que  
suma**

**El turismo que  
todos queremos.**



# ¡Muchas gracias!



***Óscar Perelli del Amo***

***[operelli@exceltur.org](mailto:operelli@exceltur.org)***



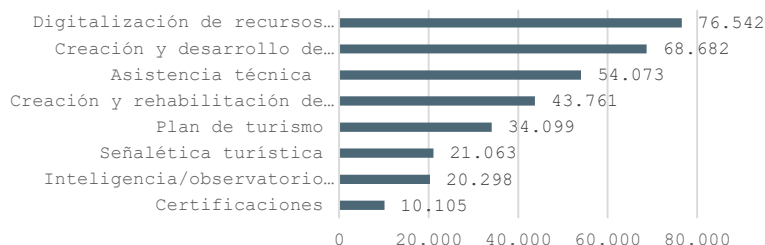
**Exceltur**

Alianza para  
la excelencia turística



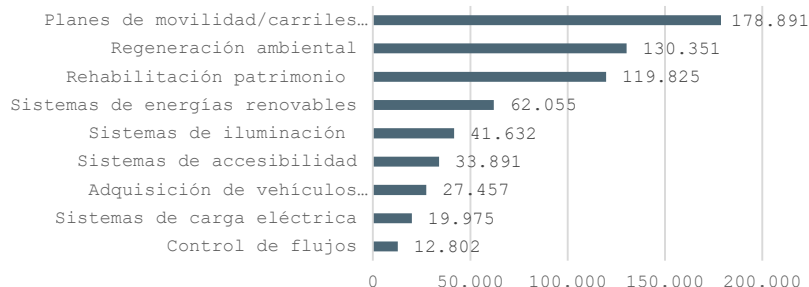
## Áreas de oportunidad para cooperar interadministrativamente en el desarrollo de los proyectos del PRTR

(A partir de los proyectos aprobados en los PSTD, en Miles €)



## Áreas de oportunidad para coordinarse con otros Ministerios

(A partir de los proyectos aprobados en los PSTD, en Miles €)



Oportunidades para el mayor impacto en la ejecución de los Fondos Next Generation sobre el turismo

Coordinar a través de diseño de planes específicos, a integrar en la futura Estrategia de turismo, la ejecución ordenada de numerosos proyectos sobre aspectos comunes (inteligencia, sensorización, digitalización, movilidad, formación, señalización, ...) que han solicitado de forma individual las múltiples entidades locales de distintos territorios que han concurrido, con el objetivo de ganar economías de escala, aprovechar sinergias y capacidad de ejecución, además de posibilidades para la continuidad de su aplicación tras la extinción de los fondos en 2026.

Coordinar esfuerzos, a través de la Comisión Interministerial, con otros Ministerios en áreas de interés común en las que el turismo confluye en prioridades estratégicas (movilidad sostenible, eficiencia energética, agenda urbana, medio ambiente, digitalización,...).

Apoyar iniciativas de alto impacto a escala nacional que emanen de los agentes sociales para impulsar la mejora de la gestión en los destinos para avanzar en el equilibrio entre turistas y residentes y la mejora de la percepción social del turismo.