



**OBS** Business  
School

---

# Turismo en España: Los retos de un sector que ha sabido vencer

**Alberto Gimeno Pérez**

Colaborador de OBS Business School

Junio, 2022

Partners Académicos:



OBSbusiness.school

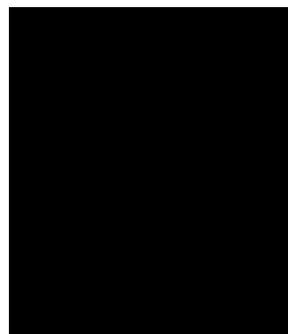
---

# Autor



**Alberto Gimeno Pérez**

Colaborador de OBS Business School



Alberto Gimeno Pérez (Barcelona, 1964) es consultor de comunicación, dircom y periodista. Es miembro del Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña y profesor de OBS del módulo de comunicación de crisis en el Máster en Dirección de Comunicación Corporativa. Fue también profesor en la fase inicial de OBS impartiendo un módulo de aproximación al periodismo para alumnos de comunicación corporativa.

En la actualidad dirige Consultpress, una compañía de consultoría de comunicación corporativa, influencia y PR. Es columnista de La Vanguardia y Metrópoli, y tertuliano en TV3 y Betevé. Con anterioridad fue también tertuliano de TVE, RAC 1 y Radio Nacional y profesor de Periodismo en la Universidad Blanquerna.

De enero del 2019 hasta diciembre del 2021 fue director general de la agencia de comunicación Tinkle en Barcelona. Con anterioridad, fue director de comunicación del Grupo Godó, adjunto al director general de negocio del Grupo Godó, adjunto al director de La Vanguardia, donde se reincorporó tras haber desempeñado la dirección de comunicación y relaciones institucionales del Ministerio del Interior entre enero del 2012 y enero del 2014.

Entre 1993 y 2012 Gimeno desempeñó tareas de diversa responsabilidad en la redacción de La Vanguardia como redactor de Economía, reportero de Sociedad (sucesos y terrorismo), jefe de sección de Deportes, redactor jefe de Vivir (sección de local) y subdirector del Magazine. Trabajó también en El Periódico de Catalunya, Diario de Barcelona y Punt Diari.

Alberto Gimeno es también coautor de *Barcelona Negra* (editorial Planeta) y de *Las Arenas: historia de una transformación*; y autor de *El señor del taxi*. En cuanto a galardones, Gimeno obtuvo el premio Cirera i Soler de información laboral (1998) y el Serrat i Bonastre del Colegio de Ingenieros de Catalunya (2008).



# Índice

<b>Capítulo 1</b>	Introducción	<b>05</b>
<b>Capítulo 2</b>	Un sector en pandemia	<b>06</b>
<b>Capítulo 3</b>	El inicio de la recuperación	<b>08</b>
<b>Capítulo 4</b>	El turismo de los españoles	<b>10</b>
<b>Capítulo 5</b>	Hacia la plena normalidad	<b>12</b>
<b>Capítulo 6</b>	En el nombre del PIB	<b>18</b>
<b>Capítulo 7</b>	Empleo al alza	<b>21</b>
<b>Capítulo 8</b>	Pernoctar es crecer	<b>25</b>
<b>Capítulo 9</b>	Nuevos retos para un sector más competitivo	<b>28</b>
<b>Capítulo 10</b>	Conclusiones	<b>31</b>
	<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>32</b>



## Capítulo 1

---

# Introducción



La pandemia azotó a uno de los sectores esenciales en la actividad económica española. En la anterior gran crisis que sufrió el turismo en España, en el 2008, el batacazo financiero dejó tocada a una actividad durante siete años, el tiempo que precisó para volver a ponerse en los niveles de facturación de los primeros años del milenio. La previsión es que, tras tres años infernales, el turismo en España recupere el vigor, los ingresos, los visitantes y el ánimo para seguir acometiendo las reformas necesarias que consoliden, más si cabe, esta actividad troncal de la economía nacional.

En el presente informe podrá observarse la evolución del sector durante la pandemia y algunos indicadores de esperanza que invitan a pensar en la recuperación completa. Podrá observarse también la relación público-privada, imprescindible para que las cosas mejoren decididamente, y los planes de despegue del turismo, aprovechando la necesaria inversión en elementos como la digitalización y la sostenibilidad. Del mismo modo que una gran corporación internacional ya no concibe pelear en el mundo de los negocios sin cumplir con las exigentes normas morales que planean en el universo empresarial, en los sectores principales de actividad, y por supuesto en las grandes empresas que lo conforman, no se especula ni por un momento en basar el éxito comercial en prácticas que no sean las del beneficio medioambiental y las de la aplicación de las nuevas tecnologías.



## Capítulo 2

---

# Un sector en pandemia

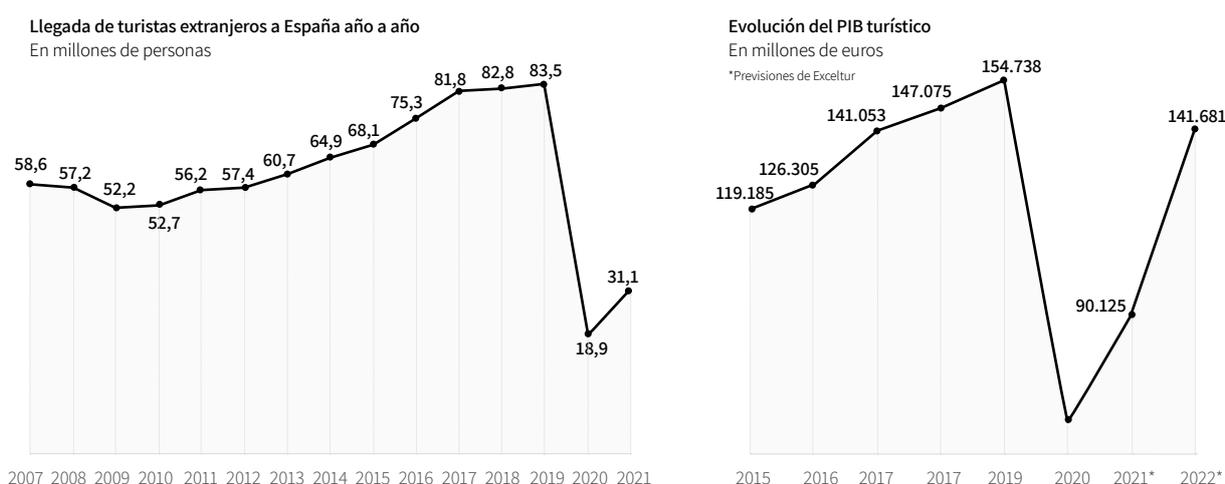


El sector turístico español vivió un vigor extraordinario hasta la pandemia. Se convirtió en un sector de actividad clave para el país, el motor más productivo que tenía España. El peso del turismo en el Producto Interior Bruto (PIB) nacional ascendía en 2019 a 154 738 millones de euros, cifra que equivalía al 12,4 por ciento del PIB. A poca distancia aparecía la construcción, seguido del sector sanitario y el comercio. Otro sector estratégico para la economía, la automoción, figuraba en séptimo lugar en importancia, con un peso que representaba el 5 por ciento del PIB.

Esa situación de privilegio de la industria turística se desplomó brutalmente con la pandemia. En 2020 la aparición del COVID-19 supuso una caída de 93 331,2 millones de euros, once veces más que la caída registrada con la crisis financiera del 2009 y cercana a la mitad del volumen de negocio experimentado en 2018. Los datos, recordados por el Secretario de Estado de Turismo el pasado mes de mayo, reflejaron la crudeza de una crisis que todavía afecta y que ha dejado tocado a un sector esencial de la economía española.

### Figura 01 → 2022, EL AÑO DEL DESPEGUE DEL TURISMO

Publicado en Expansión  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y Exceltur.



Por ejemplo, si en 2019 se registraron 83,5 millones de visitantes internacionales, tan solo un año después esa cifra se desplomó hasta los 19 millones, lo que equivalió a un descenso del 77,3 por ciento. El gasto de esos visitantes también se desplomó en proporción similar. Se pasó de 91 912 millones de euros que dejaron esos turistas foráneos a 19 740 millones en 2020, un 78,5 por ciento menos. Esa crisis no la vivió solo España. El sector a escala internacional también vivió un desplome parecido: según los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), a finales del 2020 se rozó una caída de un billón de dólares, cifra que representaba alrededor de un 2 por ciento del PIB mundial. La OMT también reflejó que en total los efectos de los meses más duros de la pandemia aumentaron la caída de ingresos en 1,3 billones de dólares.

A photograph of a young woman and an elderly man looking upwards in a city setting. The woman is on the left, wearing a blue patterned shirt. The man is on the right, wearing a white shirt and a red cardigan. The background shows a blurred city street with buildings.

## Capítulo 3

---

# El inicio de la recuperación



La mejoría del sector llegó intermitentemente en el 2021. El turismo empezó a respirar, pero arrastró muchas dificultades. La situación no exponía el drama de los meses más duros del 2020, pero el flujo de las oleadas de infección del COVID-19 golpeaba sistemáticamente en los meses en los que la pandemia parecía más controlada. De todos modos, el dato final del 2021 reflejó una mejoría palpable respecto al primer año de COVID-19. El ejercicio se cerró con una cifra insuficiente pero esperanzadora: el dato global de turistas internacionales rozó los 32 millones de visitantes, 13 millones más que en el 2020, un 65 por ciento más. Franceses, alemanes y británicos, por este orden, fueron los países que más turistas aportaron, con 5,8, 5,2 y 4,3 millones de visitantes, respectivamente.

**Figura 02** →

### NÚMERO DE TURISTAS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA

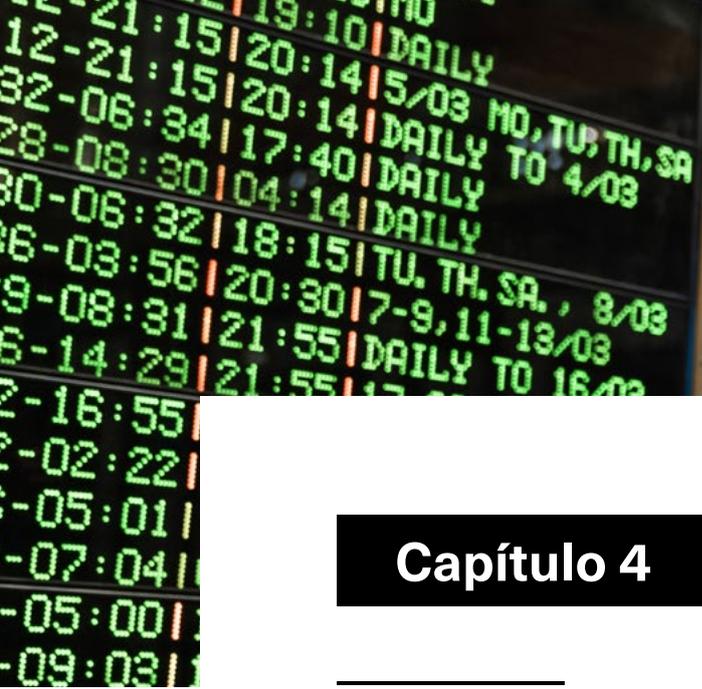
Unidades: Personas, Tasas

Fuente: INE

	2022M03	2022M02	2022M01	2021M12
Dato base	4.032.127	3.156.809	2.486.486	2.947.525
Tasa de variación anual	720,49	1.007,75	467,73	354,17
Acumulado en lo que va de año	9.675.423	5.643.296	2.486.486	31.180.802
Tasa de variación acumulada	696,74	680,60	467,73	64,69

El miedo al virus animó más a los turistas europeos que a los de otros lugares del mundo. El viajero de Estados Unidos creció porcentualmente respecto al 2020 y la afluencia global de visitantes casi rozó los 800 000, lo que supuso un incremento del 96,6 por ciento. Del resto del continente americano, en el 2021 apenas hubo un ligero repunte del 16,9 por ciento, lo que supuso la llegada de 1,07 millones de visitantes.





## Capítulo 4

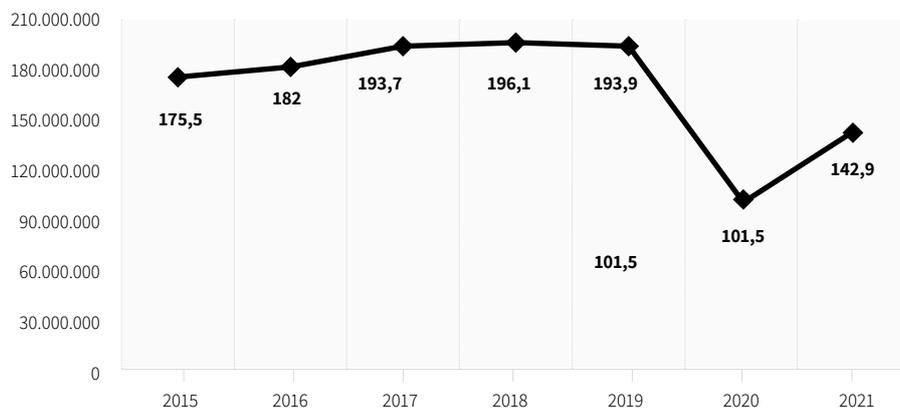
# El turismo de los españoles



Mientras en 2021 el sector notaba ya los efectos del deshielo de la severa crisis que sufrió durante el primer ejercicio de la pandemia, con el incremento relativamente esperanzador de visitantes internacionales, el comportamiento del residente español también permitía detectar brotes verdes. De hecho, durante el 2021 los españoles viajaron un 40,7 por ciento más que el año anterior, sumando en total 142,9 millones de desplazamientos, según la encuesta de residentes del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esa recuperación inicial, no obstante, se enfocó especialmente al mercado nacional. El 95 por ciento de los viajes se produjeron dentro de España y solo el 5 por ciento recaló en destinos internacionales. El miedo a los rebrotes del COVID-19 generó el interés por desplazamientos más cortos. Más coche y menos avión que en los periodos prepandémicos.

**Figura 03** → EVOLUCIÓN DE LOS VIAJES DE ESPAÑOLES

Publicado en HosteleríaDigital.es  
Fuente: Encuesta de Turismo de Residentes del INE.



En los viajes por España, el gasto en alojamiento fue el principal (27,1 por ciento), seguido de cerca por el dispendio en bares y restaurantes (25,1 por ciento). En dichos desplazamientos internos, los que se produjeron por motivos vacacionales o de ocio tuvieron un gasto medio de 57 euros, y los viajes de negocios registraron 89 euros de media. Los destinos más visitados fueron, por este orden, Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana. En cambio, las comunidades que aportaron más viajeros fueron Cataluña, en primer lugar, y luego Madrid y Andalucía. Sin duda, el cuarto trimestre del 2021 fue el más activo del año, y en él pudieron detectarse los primeros síntomas que podían invitar a pensar en una recuperación del sector más rápida.

**Figura 04** → **TURISTAS RESIDENTES - Nacional, T4/2021**

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

RESIDENCIA DEL VIAJERO		
Viajes	Gasto medio por persona	Duración media
		
<b>36.344.253</b>	<b>223,93</b>	<b>3,24 días</b>

En los últimos tres meses del año, los españoles realizaron 36,3 millones de viajes (tanto por España como en el exterior), y la estancia media de sus viajes fue de 3,24 días, lo que acumuló un gasto medio de 223,93 euros por viajero. Los melillenses fueron los que registraron un gasto medio más elevado (464,1 euros), mientras que los extremeños, con 173,73 euros, fueron los más comedidos.





## Capítulo 5

---

# Hacia la plena normalidad

Si 2021 esbozó la sonrisa de la esperanza en el sector, el primer trimestre del actual ejercicio y las perspectivas permiten pensar en una recuperación casi plena. Los números abrazan esa idea. En los tres primeros meses del año llegaron a España 9,6 millones de visitantes, una cifra espectacular si se tiene en cuenta que en el mismo periodo del 2021 solo lo hicieron 1,2 millones de turistas. Como ejemplo, solo en el pasado mes de marzo llegaron a España más de cuatro millones de visitantes y, por completar el estado de gracia que las estadísticas otorgan al momento del turismo, la ocupación media de los hoteles españoles en las pasadas vacaciones de Semana Santa alcanzó el 85 por ciento. De todos modos, la administración y el sector no solo se perfilan a recuperar completamente el estándar del turismo de antes de la pandemia sino que existe el convencimiento de que, además de crecer, el sector puede lograr unos niveles de calidad todavía mayores.

Lo dijo recientemente el Secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés, en la comparecencia del pasado 12 de mayo ante la comisión de Industria, Comercio y Turismo del Congreso de los Diputados. “No presento una vuelta a la vieja normalidad, sino que anticipamos una vuelta a la nueva normalidad, a una mejor normalidad del sector turístico, en el que empezamos a confirmar la consolidación del objetivo de una mayor rentabilidad en nuestro destino”. Uno de los mejores síntomas que se ha detectado en la recuperación del sector es la tendencia a poner a disposición de los visitantes una oferta de mayor calidad. El estigma de la oferta de sol y playa, clave para el crecimiento del país desde los años 60, puede entrar en una fase en la que la complementariedad de oferta cultural, gastronómica y del ocio en general redondee al alza el atractivo para el turista.

Un dato significativo: los algo más de cuatro millones de visitantes que registró España este pasado mes de marzo –un brindis a la esperanza de la recuperación– equivalen al 71 por ciento de los turistas que entraron en el país hace tres años, el último registro con el vigor del sector antes de la pandemia. En cambio, con casi un 30 por ciento menos de visitantes, el gasto que han dejado en España ha superado los 5 000 millones de euros, lo que equivale al 84 por ciento de lo que gastaron todos los turistas que cruzaron nuestras fronteras en marzo del 2019, 5,65 millones de personas. La tendencia es clara. El gasto del turismo aumenta. Con un 29 por ciento menos de afluencia, los visitantes gastan solo un 16 por ciento menos que hace tres años.

La cifra es todavía más importante si se tiene en cuenta el gasto medio. Según datos de la Secretaría de Estado de Turismo, el dispendio medio por turista en marzo de este año ascendió a 1 257 euros y ya supera el gasto medio que tenía un visitante en 2019, cuya cifra era de 1 068 euros. Este rasgo es clave para sustentar la tesis de que hay más oportunidades y mejores ofertas para disfrutar del turismo en España. Ese incremento sobresaliente, del 6 por ciento, no hay que interpretarlo como una consecuencia de la subida de los precios, especialmente en los últimos meses como consecuencia del incremento de costes de la energía y de la guerra de Ucrania. Dicho aumento ya está exento de las fluctuaciones derivadas de la subida de la inflación. Esta tendencia lleva camino de consolidarse, lo que abre expectativas duraderas al

buen comportamiento del sector en España, tal y como puede comprobarse con otro guarismo clave: el gasto medio entre 2019 y 2022 triplica el que se registraba en España entre 2016 y 2019.

**Figura 05** →

### LLEGADA DE TURISTAS (\*) INTERNACIONALES SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA

Fuente: Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur)

Marzo 2022	Datos mensuales		Datos acumulados	
	Valor absoluto	Variación anual	Valor absoluto	Variación anual
<b>Total</b>	<b>4.032.127</b>	<b>720,5</b>	<b>9.675.423</b>	<b>696,7</b>
Alemania	608.803	482,2	1.280.824	696,7
Bélgica	144.054	1.051,6	368.332	709,0
Francia	456.592	332,0	1.319.524	342,3
Irlanda	109.391	2.593,7	259.523	1.501,3
Italia	234.246	665,3	556.852	661,8
Países Bajos	222.056	1.122,8	575.098	1.164,4
Portugal	120.919	430,7	344.088	381,7
Reino Unido	826.399	4.084,7	1.768.117	2.981,7
Suiza	82.802	570,4	214.037	520,4
Países nórdicos	296.209	1.292,8	753.522	1.335,3
Resto de Europa (**)	410.394	447,7	1.058.850	456,7
Estados Unidos	149.256	1.976,5	287.279	1.436,9
Resto de América	209.714	717,0	515.775	686,8
Resto del mundo	161.293	405,8	373.601	606,5

(\*): No incluye viajeros en tránsito ni visitantes de un solo día sin pernoctación (excursionistas)

(\*\*): No incluye la estimación de Rusia debido al tamaño insuficiente de muestra para ese país

En el comportamiento de los datos correspondientes al mes de marzo, y al conjunto del primer trimestre, se detecta la fortaleza de determinados mercados exteriores como origen de los visitantes que llegaron a España. El Reino Unido toma la delantera a Francia y Alemania, pero los tres países configuran el podio de países emisores de visitantes para las ciudades españolas. De los algo más de cuatro millones de visitantes en el mes de marzo, 826 399 personas llegaron de Gran Bretaña. La eliminación de las trabas para viajar fueron determinantes. Los británicos incrementaron su llegada en marzo de 2022 en algo más de un 4 000 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior. Alemania, con casi 609 000 ciudadanos, y Francia, con 456 500 personas, siguen al Reino Unido en el ranking.

Los lugares del país preferidos por los más de cuatro millones de turistas llegados el mes de marzo están encabezados por los parajes de Canarias. En efecto, estas islas han captado al 28 por ciento del total de turistas, esto es, 1,1 millones de personas. Cataluña es la segunda comunidad autónoma preferida por los visitantes internacionales (703 849 turistas, lo que equivale al 17,5 por ciento del total), seguida de Andalucía, con el 15,1 por ciento de los visitantes, que ascienden a 609 437 personas.



**Figura 06** →

**LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO PRINCIPAL. PRINCIPALES PAÍSES EMISORES.**

Fuente: Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur)

Marzo 2022	Primer país emisor	% turistas	Segundo país emisor	% turistas
<b>Total</b>	<b>Reino Unido</b>	<b>20,5</b>	<b>Alemania</b>	<b>15,1</b>
Andalucía	Reino Unido	24,9	Alemania	10,6
Balears, Illes	Alemania	56,1	Reino Unido	13,2
Canarias	Reino Unido	35,1	Alemania	18,2
Cataluña	Francia	20,2	Resto de Europa	19,5
Comunitat Valenciana	Reino Unido	26,0	Francia	12,9
Madrid, Comunidad de	América (sin EEUU)	24,1	Resto de Europa	11,5

El primer país de procedencia de turistas en Canarias y Andalucía fue el Reino Unido, mientras que el liderazgo en Cataluña, por razones de proximidad, corresponde a los turistas franceses, según los datos ofrecidos por la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur). En la comunidad de Madrid, que captó a 446 352 visitantes, la procedencia dominante fueron personas que llegaron del continente americano, pero no de Estados Unidos. Un dato interesante que refleja también el grado de recuperación del mercado Latam, tan importante para el mercado español. El grueso de todas esas visitas fue por motivos de recreo y ocio. Los asuntos laborales fueron la razón del viaje de 366 000 personas de los algo más de cuatro millones llegados en marzo.

Los datos de abril, todavía no definitivos, evidencian que la bola de nieve de la recuperación acelera sin remisión. La llegada de turistas internacionales que visitó España en el mes de abril ascendió a siete millones de personas. No obstante –y este es un dato importante–, en este guarismo no están reflejados los visitantes que llegaron por carretera, barco o tren; tan solo se refiere a la utilización de vuelos. Esos siete millones de personas equivalen a un 75,1 por ciento más que en abril del año pasado, y a un 14,4 por ciento menos que en el cuarto mes del 2019. Eso significa que cada vez se reduce más la brecha con la última medición prepandémica, según datos oficiales de Turespaña.

**Figura 07** →

**ENTRADA DE PASAJEROS POR VÍA AÉREA - ABRIL 2022**

Fuente: Turespaña

Entrada de pasajeros según tipo de COMPAÑÍA AÉREA	Mensual				Acumulado			
	total pasajeros	% verticales	variación interanual 2021	variación respecto a 2019	total pasajeros	% verticales	variación interanual 2021	variación respecto a 2019
<b>Total</b>	<b>6.963.964</b>	<b>100 %</b>	<b>755,1 %</b>	<b>-14,4 %</b>	<b>18.728.252</b>	<b>100%</b>	<b>- 5 3,9%</b>	<b>-26,1 %</b>
Bajo coste	4.239.131	60,9 %	1.479,8 %	- 11,9 %	10.758.200	57,4 %	- 63,2%	-24,1 %
Tradicionales	2.724.833	39,1 %	399,0 %	-18,1 %	7.970.052	42,6 %	- 43,3%	-28,7 %
<b>SEGÚN MERCADO DE ORIGEN</b>								
<b>Total</b>	<b>6.963.964</b>	<b>100 %</b>	<b>755,1 %</b>	<b>-14,4 %</b>	<b>18.728.252</b>	<b>100 %</b>	<b>658,5 %</b>	<b>-26,1 %</b>
Reino Unido	1.601.009	23,0 %	6.760,4 %	-16,6 %	3.868.345	20,7 %	4.466,4 %	-29,6 %
Alemania	1.121.843	16,1 %	493,7 %	-15,8 %	2.741.243	14,6 %	460,6 %	-29,9 %
Francia	597.070	8,6 %	492,5 %	-8,9 %	1.598.310	8,5 %	403,1 %	-17,3 %
Italia	596.349	8,6 %	955,3 %	-9,8 %	1.637.926	8,7 %	826,7 %	-27,6 %
Países Bajos	389.031	5,6 %	664,9 %	-0,6 %	1.115.0004	6,0 %	749,6 %	-6,2 %
Bélgica	264.044	3,8 %	634,4 %	-10,1 %	717.669	3,8 %	765,3 %	-19,2 %
Suiza	253.465	3,6 %	263,4 %	-14,6 %	647.263	3,5 %	345,0 %	-26,7 %
Portugal	213.432	3,1 %	890,0 %	-4,3 %	601.564	3,2 %	821,2 %	-23,4 %
Irlanda	207.016	3,0 %	4.287,6 %	-0,7 %	504.633	2,7 %	1.870,0 %	-10,1 %
Estados Unidos	157.570	2,3 %	1.838,6 %	-19,4 %	401.104	2,1 %	1.837,9 %	-32,0 %
Dinamarca	133.446	1,9 %	1.395,0 %	-5,6 %	403.832	2,2 %	1.648,5 %	-13,8 %
Resto de países	1.429.689	20,5 %	483,7 %	-21,4 %	4.491.359	24,0 %	395,3	-29,5 %

En el desglose de procedencias, el 58,4 por ciento corresponde a países de la Unión Europea, y el porcentaje restante a naciones del resto del mundo. Reino Unido y Alemania encabezan la lista de pasajeros que llegaron por vía aérea: 1,6 millones de británicos y 1,12 millones de germanos. El incremento respecto al mes de abril del año pasado ha sido extraordinario, pero si la lupa se coloca en el comportamiento de visitantes de abril del 2019, el volumen de británicos y alemanes todavía se halla por debajo de las cifras prepandémicas. El flujo de visitantes del Reino Unido está un 16,6 por ciento por debajo de la cifra de turistas que llegaron en avión en abril de 2019, y Alemania se sitúa en un 15,8 por ciento por debajo.

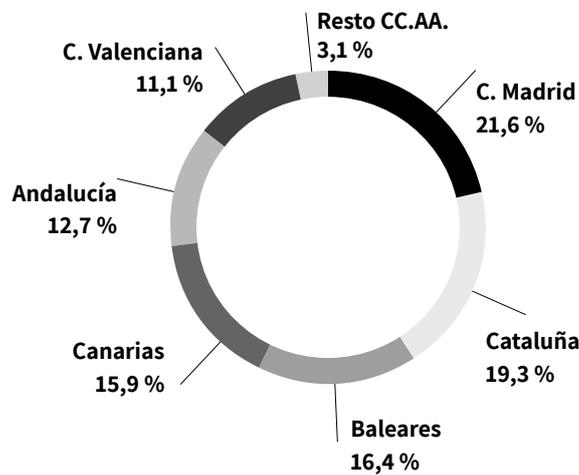


La mejoría avanza, no obstante, a marchas forzadas. Y las buenas noticias se diversifican en otros países emisores. Dos de ellos han visto cómo el pasado mes de abril casi podían certificar estar en los mismos guarismos que abandonaron en el lejano mes de abril del 2019. Se trata de Países Bajos y de Irlanda. Su capacidad para aportar turistas nada tiene que ver con los gigantes que suministran visitantes a España –Gran Bretaña, Alemania y Francia–, pero es significativo que de los 389 031 neerlandeses que llegaron en abril al país esa cifra sea solo un 0,6 por ciento inferior a la registrada en el mismo mes del 2019. Una situación calcada la vivió Irlanda. Los ciudadanos de la isla que visitaron España fueron en abril 207 016, prácticamente el mismo número que hace tres años (el descenso es del 0,7 por ciento).

**Figura 08** →

**DISTRIBUCIÓN DE PASAJEROS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO - ABRIL 2022**

Fuente: Turespaña



El destino de los pasajeros internacionales el pasado mes de abril equiparó a varias comunidades autónomas en importancia receptora. Así, Madrid lideró el ranking con la llegada de 1,5 millones de visitantes, lo que equivale al 21,6 por ciento del total de turistas. Cataluña, con 1,34 millones de visitantes, le sigue en la clasificación, albergando al 19,3 por ciento de los turistas que entraron en España en abril. Pese a ser la segunda plaza según número de llegadas, Cataluña registró un incremento porcentual respecto al mes de abril del 2021 del 1 006 por ciento. El resto de comunidades entre los destinos preferidos por el turismo internacional fueron Baleares, Canarias, Andalucía y Valencia, por este orden.





## Capítulo 6

---

# En el nombre del PIB



Con el batacazo de la pandemia el mundo entero se desmoronó, pero si había un sector de actividad que tenía las de perder hasta que la emergencia sanitaria remitiera, ese era el turismo. España, país poderoso en el sector servicios, con las infraestructuras y la climatología adecuadas, no iba a escaparse del revés. Más bien lo contrario. Por ello, en la actualidad el sonido de la actividad acelerando por la pista casi sin contratiempos permite soñar con unas cifras magníficas. Y esta situación cobra especial valor si se tienen en cuenta las dificultades que tuvo que pasar el sector en la anterior gran crisis –la financiera del 2008–, ya que tardó la friolera de siete años en recuperar el volumen de negocio.



El reto ahora es que en tres años la zozobra en la que se vio inmersa el Producto Interior Bruto turístico se halla prácticamente disipada. Frente a la mítica cifra del negocio del turismo en 2019 –que se acercó a los 155 000 millones de euros–, la previsión para este año es que el ejercicio se cierre con unos ingresos de 141 681 millones de euros, cifra que equivale al 91,4 por ciento de la facturación del 2019. El eslabón por vencer a final de año sería de alrededor de 13 000 millones de euros. Atrás habrá quedado el shock del sector en el 2020, cuando el volumen de negocio se desplomó hasta los 61 406 millones de euros.

El recuerdo en la retina era el de los meses duros de la pandemia y la época en la que la llegada de turistas extranjeros pasaba de 83,5 millones a 18,9 millones de personas. Tiempos complicados que este año pueden empezar a disiparse, porque la previsión es que se pueda cerrar el ejercicio con una llegada de turistas cercana a los 84 millones de personas. Eso quiere decir que, especialmente en algunos destinos de nuestro territorio, habrá ocupaciones equivalentes o por encima de las que se registraron en 2019, un pellizco en el ánimo maltrecho de muchos empresarios del sector golpeados por la crisis y la pandemia.

Esas previsiones, además, adquieren mayor enjundia si van acompañadas de un clima inversor alegre y responsable de determinadas empresas del sector. Tal y como avanzó en su comparecencia en el Congreso de los Diputados el Secretario de Estado de Turismo, “las inversiones no paran de llegar al sector turístico de nuestro país”. Los últimos movimientos que invitan al optimismo y a la esperanza van en la línea de inversiones, como por ejemplo la de la cadena hotelera británica Hoxton, que desembarca con un hotel en Barcelona, o la de la americana Sonder con los estudios de nuevos hoteles en España, o la francesa Accor con el proyecto de tres nuevos establecimientos en nuestro territorio. Asimismo, entre las previsiones que baraja la administración española aparece la posibilidad de que Barcelona albergue el primer hotel de la marca de lujo SLS Hotels y que la cadena Leonardo amplíe su presencia en España con sendos establecimientos en la Costa del Sol y Mallorca. Finalmente, entre los planes conocidos hasta el momento, figura que Radisson Blue abrirá su primer hotel en Lanzarote. Y, por ejemplo, Royal Caribbean, una de las grandes compañías del tráfico mundial de cruceros, ha triplicado este año sus reservas en España y ya ha anunciado que operará con el gigante de los mares, el Wonder of the Seas, el mayor buque de transporte de pasajeros del mundo, con capacidad para casi 7 000 usuarios. A estas previsiones hay que añadirles datos concretos del primer trimestre: 810 000 pasajeros han recalado en diversos puestos del Estado como cruceristas, por lo que la previsión es que lo mejor para el sector está a punto de llegar.



## Capítulo 7

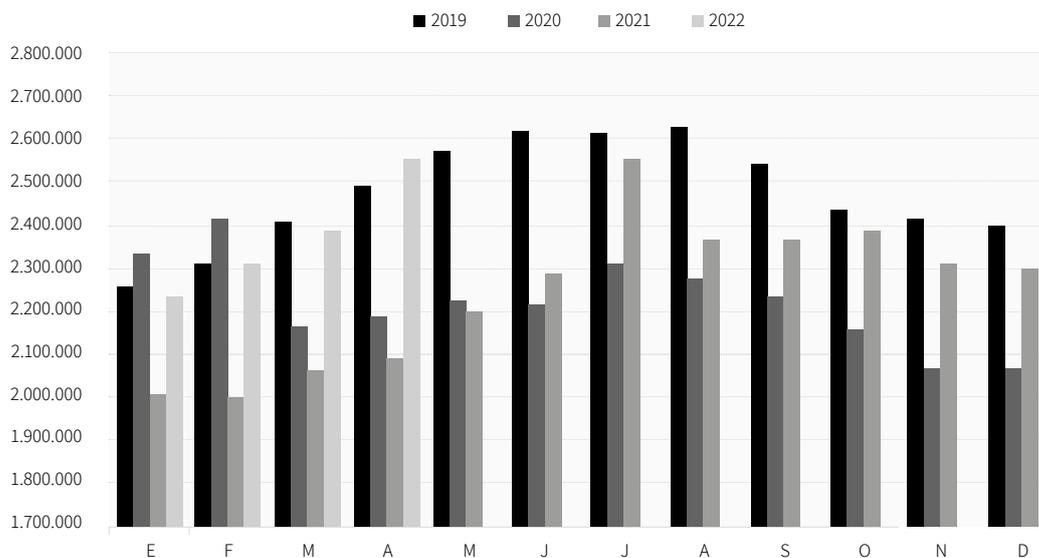
# Empleo al alza



Si existe un indicador que aporta equilibrio al sector y tranquilidad a la población es el comportamiento del empleo en todas las actividades relacionadas con el turismo. Todas las magnitudes arrojan un criterio común: el empleo mejora, crece y denota el estado de salud en el que se halla el sector. De entrada, la fría estadística no engaña: en el mes de abril el número de afiliados a la Seguridad Social dentro del universo del empleo que afecta al turismo se cerró con 2 555 064 personas, lo que significa que figuran un 22,4 por ciento más de empleados que en el mismo mes de abril del 2021.

**Figura 09** → AFILIADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO POR MESES

Fuente: Turespaña



Esta tendencia de crecimiento interanual, según los datos que maneja la administración (Turespaña y la Seguridad Social), ya se inició el mes de junio del año pasado y a medida que han ido avanzando los meses se ha ido comprobando la consolidación de esta situación. En la serie histórica de los últimos cuatro años en el mes de abril el número de afiliaciones de este ejercicio supera con claridad ya no solo los registros del 2020 y 2021 sino también el del último año antes de la pandemia, en el que el sector operaba a pleno rendimiento. En abril del 2019 las afiliaciones rozaban el guarismo de 2,5 millones de personas. En el 2022 se encaraman a los 2,55 millones de empleados, lo que coloca al empleo del sector en una posición loable: la actividad laboral en todas las áreas relacionadas con el turismo equivale al 12,7 por ciento del empleo nacional.

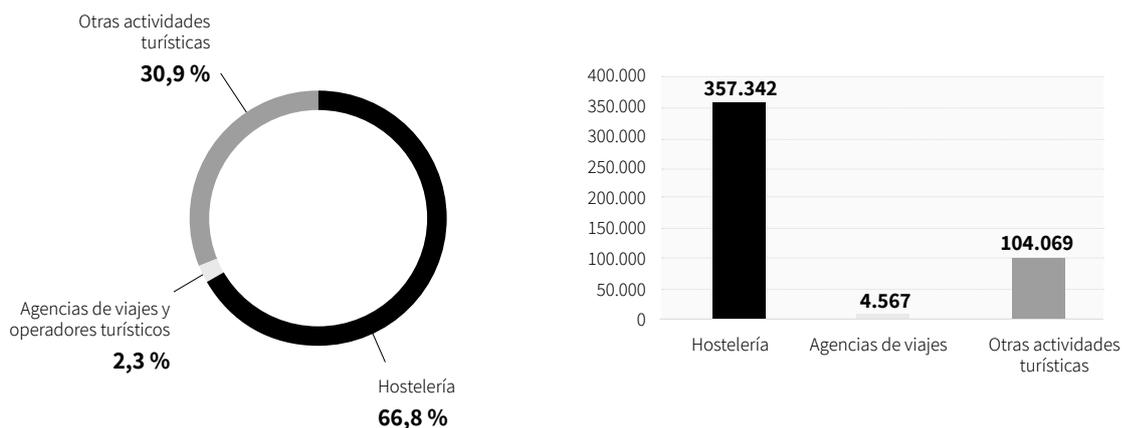
El desglose del empleo según las ramas de actividad del turismo permite observar cómo el dato de abril de este año contempla un crecimiento interanual de 465 978 empleados con alta laboral. La hostelería, tanto en comidas y bebidas como en alojamiento, ha sido el subsector que ha tirado más del carro de la recuperación del empleo con 357 342 nuevos afiliados. De esta cifra, la restauración ha incrementado la afiliación en 226 406 personas mientras que los servicios de alojamiento lo han hecho con 130 936 personas más. En el resto de las actividades turísticas se registraron 104 069 nuevos afiliados, y el subsector de agencias de viaje experimentó una subida más moderada pero importante para la crisis que arrastra, pues se cerró en 4 567 empleados más.

**Figura 10** →

**AFILIADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO POR RAMAS DE ACTIVIDAD**

Fuente: Turespaña y Seguridad Social

Distribución porcentual y variación interanual en cifras absolutas. Abril 2022



Del total de afiliados, el porcentaje de asalariados en el sector es del 80,7 por ciento. El resto, 19,3 por ciento, corresponde a autónomos. Respecto al nivel de crecimiento de empleados, los afiliados ascendieron en un año un 28,2 por ciento, mientras que los autónomos registraron un incremento mucho más contenido: el 2,7 por ciento. El comportamiento del empleo turístico

benefició a todas las comunidades autónomas. No hubo comunidad en la que las cifras de afiliados entre abril del 2021 y del 2022 no detectara un incremento. En cualquier caso, las zonas donde más afiliados se registraron fueron Andalucía, Baleares y Cataluña.

**Figura 11** → OCUPADOS: ASALARIADOS Y AUTÓNOMOS

Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA)

	Datos absolutos		
	Ocupados	Asalariados	Autónomos
<b>OCUPADOS: ASALARIADOS Y AUTÓNOMOS</b>			
<b>Total Turismo</b>	<b>2.428.281</b>	<b>1.967.504</b>	<b>459.532</b>
HOSTELERÍA	1.499.287	1.210.467	287.953
Servicios de alojamiento	333.372	316.602	16.770
Servicios de comidas y bebidas	1.165.916	893.865	271.183
TRANSPORTE DE VIAJEROS	257.034	190.550	66.483
OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	671.961	566.487	105.096
<b>Total sector servicios</b>	<b>15.243.635</b>	<b>12.967.928</b>	<b>2.263.080</b>
<b>Total economía nacional</b>	<b>20.084.726</b>	<b>16.928.491</b>	<b>3.142.316</b>

El sector tiene cada vez más actividad y necesita empleo. Los datos que arroja la Encuesta de Población Activa (EPA) también son concluyentes en esta dirección. La EPA compara la serie trimestral y el primer trimestre del 2022 con el mismo periodo del año pasado. España cuenta con 2,42 millones de ocupados (2,7 millones si se tiene en cuenta también a los activos que no trabajan) y eso significa que la variación interanual indica que el sector tiene a 878 000 personas más que se hallan desempeñando un empleo turístico. Las cifras oficiales no registran en el apartado de activos no ocupados al personal que está en ERTE si existe el compromiso de incorporación al puesto de trabajo una vez se supera la limitación temporal de la actividad.



## Figura 12 → COMUNIDADES AUTÓNOMAS: EMPLEO EN TURISMO

Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA)

	Datos absolutos		
	Ocupados	Asalariados	Autónomos
<b>COMUNIDADES AUTÓNOMAS: EMPLEO EN TURISMO</b>			
Andalucía	386.587	314.062	72.172
Aragón	55.126	43.600	11.526
Asturias	41.887	32.187	9.522
Baleares	118.266	99.083	19.182
C. Valencia	251.301	195.265	55.808
Canarias	213.328	190.640	22.487
Cantabria	31.041	25.714	5.327
Castilla-La Mancha	89.560	79.299	15.261
Castilla y León	100.671	68.533	32.139
Cataluña	423.781	342.240	81.541
Ceuta y Melilla	5.709	4.062	-
Extremadura	27.766	19.535	8.231
Galicia	105.288	80.394	24.895
C. Madrid	398.464	336.539	61.926
Murcia	54.952	40.665	14.288
Navarra	28.386	21.837	6.350
País Vasco	86.471	70.665	15.807
La Rioja	9.698	8.187	-
<b>Total nacional</b>	<b>2.428.281</b>	<b>1.967.504</b>	<b>459.532</b>

Los asalariados, según la EPA, representan el 81,1 por ciento del total de ocupados en el sector. El resto son autónomos. De todos modos, ambos colectivos han registrado incrementos interanuales interesantes, ya que los asalariados crecieron hasta casi el 19 por ciento y los trabajadores por cuenta propia alcanzaron una subida en un año del 9,5 por ciento. Por comunidades, siempre según la EPA, la que cuenta con mayor número de empleados es Cataluña con 423 781 ocupados, seguida de Madrid y Andalucía. En cambio, si se tiene en cuenta el nivel de incremento del empleo porcentual de un trimestre a otro, las comunidades que más crecieron fueron Cantabria, Castilla y León, Navarra y Andalucía. El caso andaluz es especialmente relevante, ya que el crecimiento anual del 31 por ciento se produce sobre una base de ocupados muy amplia. En total, la EPA arroja que tras el primer trimestre del año los empleados del turismo en Andalucía ascienden a 386 587 personas.





v

## Capítulo 8

---

# Pernoctar es crecer

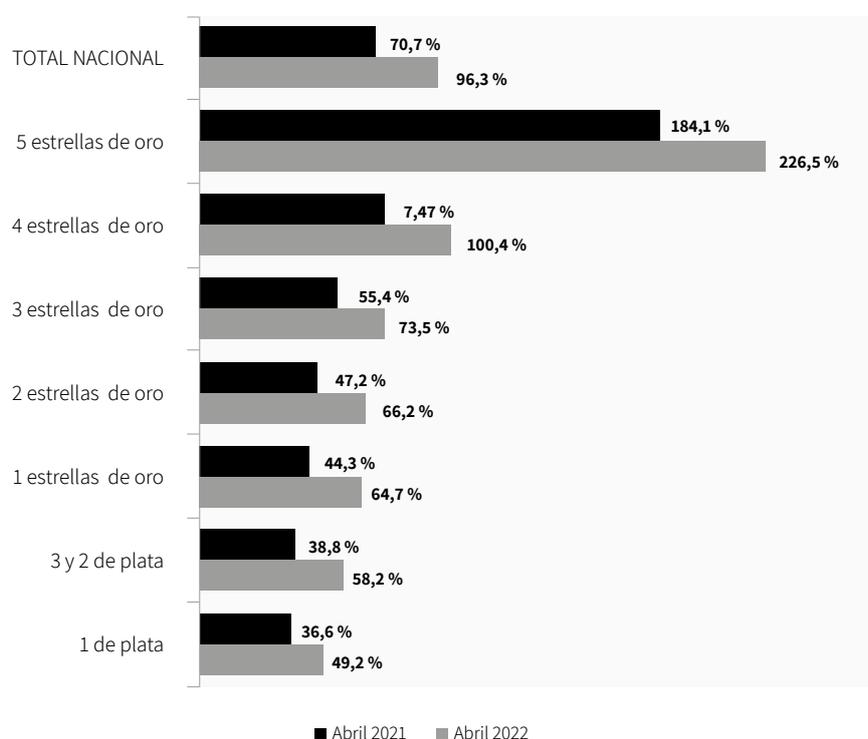


El número de pernoctaciones en España durante el pasado mes de abril se disparó hasta los 25,1 millones. El dato no es baladí. La comparación con el mes de abril del 2021 es demoledora: hace un año se registraron 4,1 millones de pernoctaciones en España, lo que ha supuesto que en doce meses ese elemento clave que permite pensar que se está saliendo realmente de la crisis del turismo se haya incrementado en un 507 por ciento. Las pernoctaciones de los no residentes en España se acercan a los 15 millones y las de los residentes llegan hasta los 10,2 millones. Suben las pernoctaciones, pero también lo hace la estancia media y la rentabilidad por habitación.

**Figura 13** →

### TARIFA MEDIA DIARIA POR HABITACIÓN SEGÚN CATEGORÍAS

Fuente: Coyuntura Turística Hotelera del INE.



La estancia roza los tres días de permanencia en el alojamiento y eso, con respecto a lo que ocurría hace un año, supone un incremento del 37,1 por ciento. El comportamiento de la rentabilidad también permite adoptar un ánimo optimista. El precio medio por habitación ocupada en abril de este año ascendió a los 96,3 euros, lo que supone un aumento del 36,3 por ciento respecto a los 70,7 euros de media de abril del año pasado.

Otra variable importante para medir la temperatura del negocio hotelero es el precio medio por habitación disponible. En abril de este año esa cifra ascendió hasta los 59,6 euros, con un incremento anual del 209,3 por ciento. Las poblaciones españolas con mayores guarismos medios por habitación ocupada y disponible fueron Marbella (con 182,2 euros) y Adeje (con 127,5 euros). Asimismo, la tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se situó en abril en el 29,5 por ciento, lo que supuso un incremento en un año de 49,4 puntos.

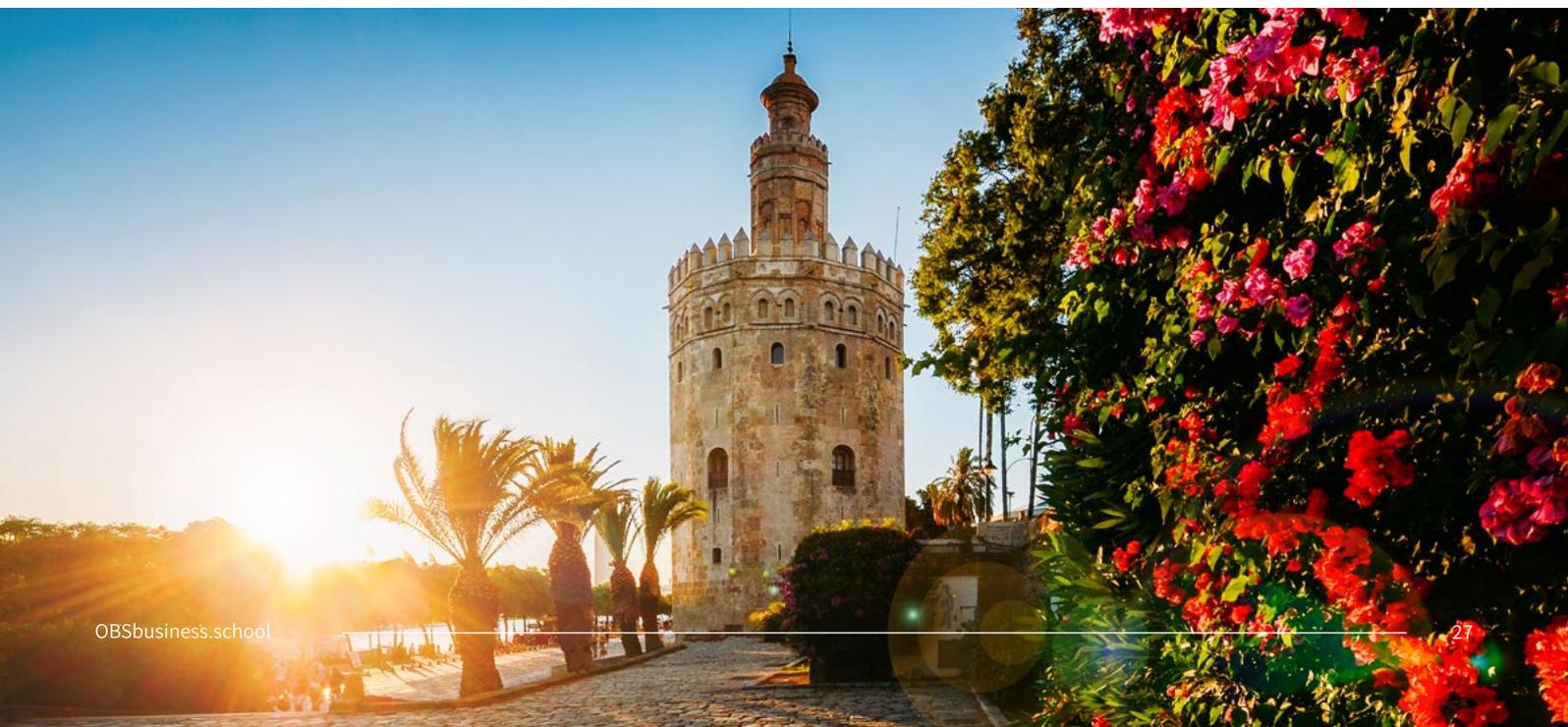
**Figura 14** →

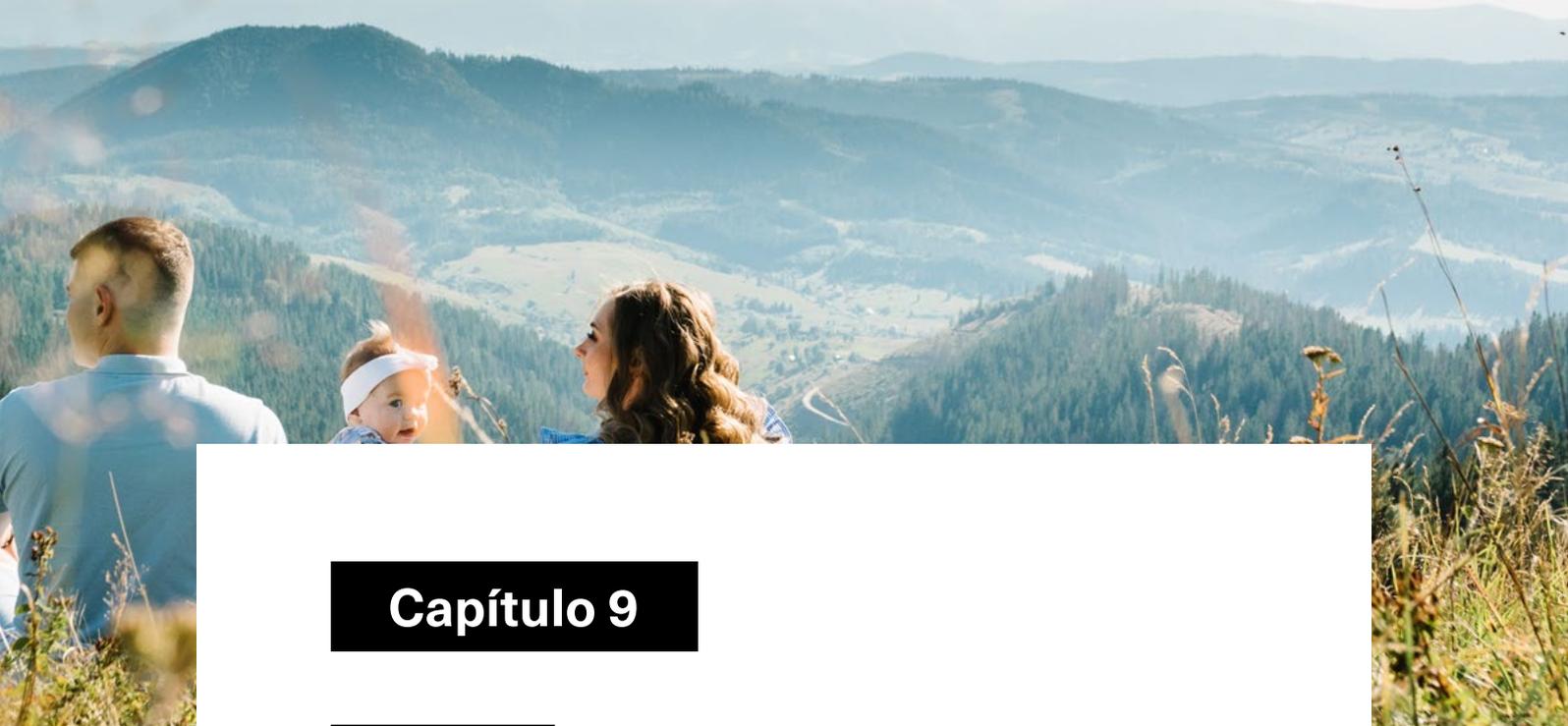
**NÚMERO DE VIAJEROS, PERNOCTANTES Y ESTANCIA MEDIA SEGÚN CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO**

Fuente: Coyuntura Turística Hotelera del INE.

Categoría	Número de viajeros			Número de pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
<b>Total</b>	<b>8.659.193</b>	<b>4.704.951</b>	<b>3.954.241</b>	<b>25.143.654</b>	<b>10.227.402</b>	<b>14.916.252</b>	<b>2,90</b>
<b>HOTELES: Estrellas oro</b>							
Cinco	534.987	160.356	374.631	1.913.259	353.774	1.559.486	3,58
Cuatro	4.261.466	2.128.792	2.132.674	13.426.352	4.772.0022	8.654.330	3,15
Tres	2.135.245	1.244.758	890.487	6.182.584	2.852.703	3.331.882	2,90
Dos	618.634	416.117	202.517	1.319.760	789.935	529.825	2,13
Una	272.839	176.677	96.162	537.555	328.177	209.379	1,97
<b>HOSTALES: Estrellas plata</b>							
Tres y dos	442.493	310.973	131.520	882.879	581.673	301.206	2,00
Una	393.529	267.280	126.250	881.265	551.120	330.146	2,24
Tasa anual	342,76	201,79	896,79	506,98	259,94	1046,51	37,09
Tasa anual acumulada	291,60	179,44	767,69	430,11	213,30	945,77	35,37

El grado de ocupación en abril del 2022 fue entre semana del 55,9 ciento y el fin de semana de hasta el 61,8 por ciento. Desde abril del 2021, el único mes en el que el grado de ocupación de las habitaciones de hotel fue ligeramente mayor fue en agosto del año pasado. A nivel de comunidades autónomas, Andalucía lideró el ranking de pernoctaciones de turistas residentes en España. De hecho, el 21,1 por ciento de las habitaciones hoteleras de España fueron ocupadas en Andalucía. Cataluña, con el 14,4 por ciento, y la Comunidad Valenciana, con el 13,2 por ciento, fueron las siguientes de la lista de la rentabilidad hotelera. Respecto a los turistas no residentes en España, el liderazgo recayó en Canarias con el 31 por ciento de las pernoctaciones, seguida de Cataluña con el 18 por ciento, y Baleares, con el 16,7 por ciento.





## Capítulo 9

# Nuevos retos para un sector más competitivo



España tiene el objetivo de aprovechar la actual coyuntura para conseguir que el turismo deje de ser un sector floreciente por accidente a que lo sea aplicándole toda la ciencia y todo el *expertise* necesario para que funcione con la misma precisión que cualquiera de las otras líneas de actividad de otros sectores de gran valor añadido. El marco sobre el que se espera que converja la reforma es el Plan de Modernización y Transformación del Sector Turístico. La iniciativa, esbozada por el Secretario de Estado de Turismo, ha realizado una labor de escucha activa con muchos subsectores del turismo. En realidad, es un intento para evolucionar del mítico montaje de sol y playa, de sangría y paella, a otro en el que (sin renunciar a ningún eslabón clásico) la sostenibilidad y la digitalización tomen las riendas de un sector con una enorme capacidad de gestión, de riqueza y de futuro.

De entrada, la Secretaría de Estado de Turismo inició en el 2021 el trasvase de fondos a comunidades autónomas para afrontar la fase inicial de la modernización con la utilización de 1 300 millones de euros. Asimismo, se ha gestionado un contingente importante de los fondos New Generation. Tres elementos centran la hoja de ruta a seguir: el reto medioambiental, la sostenibilidad territorial y la sostenibilidad socioeconómica. En realidad, velar por el medioambiente es un elemento hoy en día de extraordinaria competitividad y el turismo responsable, el que busca elementos de valor añadido, está dispuesto a pagar por ello. En el apartado territorial, poner la lupa de la sostenibilidad en varios lugares del país puede permitir reordenar el turismo y generar muchas oportunidades a territorios que hasta ahora

no habían tenido esa opción. Y de todo ello cuelga otro elemento clave: la sostenibilidad socio-económica alumbrada por la posibilidad de obtener empleos de mejor rentabilidad y de mayor calidad.

Otro elemento clave que puede beneficiar al sector y, por tanto, a la calidad de la oferta es el Plan de Transformación Digital de destinos turísticos y el de empresas turísticas. La digitalización, al igual que ocurre con los sectores punta de la sociedad, es fundamental para dar un salto adelante. Otro reto público que beneficiará decididamente al sector privado y a las cuentas del país es la puesta en marcha de la Plataforma Inteligente de Destinos, cuya sede será una de las ciudades españolas más turísticas: Benidorm. ¿En qué consistirá? Pues en lograr una conexión privilegiada entre los destinos, los visitantes y el sector. El objetivo es que el turista obtenga una experiencia única genial y proporcionar a empresas y administraciones datos que permitan gestionar mejor. Esta plataforma tendrá una inversión de 130 millones de euros, a los que se añadirán inversiones por valor de 53 millones de euros para capacitar digitalmente a empleados del sector turístico.

El esfuerzo de España por mejorar la captación de un turista residente e internacional interesado por asuntos más allá del tradicional sol y playa es evidente. El ejemplo de las dos primeras ciudades españolas, Madrid y Barcelona, es nítido. La oferta cultural de Madrid, potenciada en los últimos años, es clara y de altísima calidad. Barcelona, por su parte, la California del sur de Europa, aporta más allá de la oferta lúdica playera una ingente cantidad de planes culturales, gastronómicos y científicos que convierten este destino en una oferta muy interesante para muchos colectivos. Barcelona Turisme ha apretado el acelerador en ese sentido para captar visitantes de alto nivel adquisitivo, como por ejemplo el turista estadounidense y el de origen judío.



Otra de las ofertas clave que tiene España es su variedad de parques temáticos. El sector de parques está comprobando cómo en la recuperación global del turismo ellos se convierten en unos actores de primer orden. Por encima de todos los parques destaca el Port Aventura World, situado en la provincia de Tarragona. Port Aventura no es un parque al uso. Es un resort completo con tres parques, hoteles, centro de convenciones, golf, playa. De hecho, Port Aventura y Disney París ofrecen la mejor oferta europea para todo tipo de públicos. La afluencia de usuarios está siendo muy elevada y el gasto medio de los turistas, al igual que ocurre en el conjunto de la oferta del sector, es más elevado incluso que el de antes de la pandemia.

## Capítulo 10

---

# Conclusiones



Este informe sobre el turismo en España denota la fortaleza y el vigor en el que se halla el sector, pese a los graves percances que sufrió desde el inicio de la pandemia del COVID-19. Sin duda, la resiliencia ha sido un factor fundamental para que el entramado empresarial de la industria turística haya podido contener los golpes de la crisis y se halle en disposición de finalizar el actual ejercicio con la sensación de que los efectos del golpe ya son historia.

La recuperación de los viajeros internacionales, la dinamización del turismo residente, la mejoría en términos de empleo (incluso por encima de los niveles pre-pandémicos), la buena línea de rentabilidad y ocupación hotelera, de las compañías aéreas, todo ello es un termómetro que invita al optimismo. Existen además planes de inversión pública muy importantes para que el sector logre dar el salto de modernidad que necesita para lograr una gestión más eficiente.

Como se ha visto, la apuesta de España –un país con playas, de las mejores– es que el turista sea cada vez de más calidad y que además del sol busque en la oferta nacional cultura, gastronomía, ocio responsable, arte, salud y ciencia. España es un destino completo, integral, con un nivel extraordinario en el que, para redondear la oferta, tiene una climatología excelente y unos estándares de seguridad mejores que los de la mayoría de países emisores. Para España, la industria del turismo y del ocio es un asunto muy serio, un motor de magníficas prestaciones al que hay que tener permanentemente en buen estado.



---

# Referencias bibliográficas

1. Secretaría de Estado de Turismo  
<https://turismo.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx>
2. Instituto Nacional de Estadística  
[www.ine.es](http://www.ine.es)
3. Encuesta de Residentes de Turismo. INE  
[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176990&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176990&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)
4. Frontur  
<https://datos.gob.es/es/catalogo/ea0010587-estadistica-de-movimientos-turisticos-en-fronteras-frontur>
5. Hosteltur  
[https://www.hosteltur.com/149602\\_espana-cerro-2021-con-31-millones-de-turistas-un-63-menos-que-en-2019.html](https://www.hosteltur.com/149602_espana-cerro-2021-con-31-millones-de-turistas-un-63-menos-que-en-2019.html)
6. Exceltur  
<https://www.exceltur.org/barometro-de-la-rentabilidad-y-empleo/#>
7. Barcelona Turismo  
<https://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/>
8. Port Aventura World  
<https://www.portaventuraworld.com/>



# OBS Business School

---

School of **Business Administration & Leadership**

School of **Innovation, & Technology Management**



De:



Planeta Formación y Universidades