

Conclusiones de URBANTUR 2022: tercera edición del informe que valora y establece un ranking de competitividad turística relativa de los 22 principales destinos urbanos españoles

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 14 de marzo de 2023

Tras casi dos años de trabajo y con información más actualizada a noviembre de 2022, **EXCELTUR ha hecho público hoy las conclusiones de “URBANTUR”: la tercera edición del informe que evalúa y ordena la competitividad turística de los 22 principales destinos urbanos españoles, referido al periodo 2016-2022,** en torno a 63 indicadores elaborados a partir de más de 100.000 datos, que se integran en 6 pilares. Esas ciudades representan un 87,2% del total del turismo urbano y un 23,0% del total del turismo español.

URBANTUR 2022 se presenta en un momento de profundos cambios donde las ciudades enfrentan un nuevo escenario si cabe más transformador y complejo que el previo a la pandemia. Un nuevo escenario marcado tanto por los numerosos cambios estructurales y los nuevos retos que ha introducido la pandemia, como por las propias implicaciones del contexto global y la respuesta a los desafíos que el desarrollo turístico en entornos urbanos ya generaba en 2019.

De ahí que, según manifestó el **presidente de Exceltur, Gabriel Escarrer** “Esta nueva edición del monitor de competitividad de los destinos urbanos españoles responde al deseo de mejorar el proceso de seguimiento para promover la mejora continua del atractivo turístico de nuestras ciudades, en un escenario de grandes transformaciones competitivas globales y en este caso, tras una grave pandemia que se ha constatado que ha afectado, a quienes más, al devenir turístico de las grandes urbes españolas”

“En ningún caso podemos olvidarnos de la gran relevancia del turismo urbano para España, que representaba el 28,5% del turismo español en 2022, resaltando los importantes efectos arrastre que genera, sobre la cultura, la industria del ocio en general, la gastronomía, los convenciones y congresos ...etc. y su consecuente contribución para poder diversificar y atraer una demanda turística de más valor añadido y derrama económica”, añadió el Sr. Escarrer.

10 conclusiones de la política turística de los destinos urbanos españoles en el período 2016-2022:

Aunque con una evolución e intensidades dispares por ciudades, los resultados de URBANTUR 2022 reflejan un menor avance del deseable en integrar desde 2016, de forma efectiva y con visión transversal al turismo en el conjunto de todas sus decisiones estratégicas de planificación y gestión urbana:

1. Durante la pandemia, se ha ralentizado el compromiso político en favor del turismo, ante la progresiva necesidad de integrarlo en las políticas municipales dada su incidencia/dependencia sobre múltiples ámbitos de la vida urbana.
2. Escasa identificación y anticipación de los nuevos retos y estrategias turísticas de las ciudades, traducido en escasa concreción para garantizar su ejecución (compromisos presupuestarios, plazos de ejecución y puesta en marcha, indicadores para el seguimiento, comunicación a la ciudadanía etc.).
3. Salvo para el sector MICE vía los Conventions Bureaus, el fomento de la estructuración de productos y experiencias turísticas más bien de ocio, basadas en las motivaciones de los turistas, buscando la mejor integración empresarial y público-privada vía clústeres de servicios turísticos (líneas/clubs de producto) sigue siendo muy reducido en la mayor parte de los 22 destinos urbanos analizados.
4. La mayor parte de las ciudades han concentrado sus esfuerzos y presupuestos turísticos en el área del marketing y promoción y, dentro de ésta, en el desarrollo de acciones digitales, centradas en redes sociales. Adicionalmente, se han identificado en unas pocas ciudades, algunas iniciativas

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org;
También nos puede encontrar en www.exceltur.org y en www.linkedin.com/company/exceltur

- interesantes en el ámbito del conocimiento y la inteligencia turística, mientras el resto permanece en un estadio basado en el mero uso de las estadísticas oficiales disponibles.
5. Escaso aprovechamiento turístico en las ciudades de las apuestas y oportunidades que abre una movilidad urbana más calmada, eficiente y de menor impacto ambiental. Aún son limitados los planteamientos de movilidad para el turismo, que se benefician de los esfuerzos para satisfacer las necesidades locales.
 6. Se identifican notables apuestas municipales por la mejora de los espacios públicos y la calidad del medio ambiente urbano, como elemento generador a su vez, del mayor atractivo turístico en las ciudades
 7. Se va percibiendo en más ciudades una mayor sensibilidad respecto a las adversas implicaciones de las viviendas de uso turístico sobre la capacidad de carga de la ciudad y la vida de los residentes, para limitar y anticipar a su vez situaciones de congestión puntual y pérdida de identidad de las zonas de mayor atractivo turístico. Ello se refleja en la extensión de normativas urbanísticas locales para su regulación, que, no obstante, siguen teniendo problemas para velar/exigir su cumplimiento.
 8. Reducidos esfuerzos públicos y/o público-privados para poner en mayor valor lo que representa el turismo frente a la ciudadanía y elevar el reconocimiento del sector. Escasas iniciativas, para conocer su valoración sobre la incidencia del turismo en su calidad de vida, o para consultarles sobre la estrategia y las futuras acciones más deseables a implementar en el desarrollo turístico del destino.
 9. Fuerte aumento en las ciudades de la inversión en iniciativas empresariales asociadas a elevar el atractivo del sector turístico en todos los subsectores/actividades de la cadena de valor (hoteles, bares, restaurantes, espectáculos, espacios comerciales, oferta cultural, congresos, convenciones, reuniones de empresa...). Todo ello apoyado a su vez por el sector público y favorecido por las nuevas preferencias de una demanda reposicionada, favorecida por las mejoras de conectividad y por el atractivo creciente de los múltiples recursos turísticos urbanos, gracias a una mayor puesta en valor.
 10. Aún incipientes las acciones y líneas de trabajo para reforzar y poner más en valor la oferta y atributos singulares y diferenciales, que inciden sobre la idiosincrasia, costumbres y estilos de vida locales

Resumen del ranking de competitividad turística relativa de los destinos urbanos españoles con datos a noviembre de 2022

A continuación, se adjunta el ranking final y global que se deriva de **URBANTUR 2022**. **Todas las posiciones que ocupan las ciudades en cada uno de los indicadores son relativas, es decir, miden sus niveles entre ellas.** En ese sentido es muy importante resaltar que no necesariamente las que ocupan las primeras posiciones son sinónimo de una gestión óptima y en sentido contrario, las que ocupan las últimas posiciones están asociados a una mala gestión, ya que es el nivel medio entre ellas el que marca las diferentes escalas en las posiciones.

La comparación con la anterior edición de URBANTUR es también relativa, por lo que el avance o el retroceso de cada destino depende a su vez del desempeño del resto de ciudades. Asimismo y a los efectos de comparaciones más equitativas entre ciudades, el análisis de la posición de cada una de ellas debe realizarse en relación con aquellas de similar tamaño demográfico, situación geográfica, condiciones climáticas acervo cultural, configuración territorial y/o estructura económica, siendo el más determinante la población que la habita.

Cabe igualmente destacar que el ranking final y global que agrega todos los indicadores y pilares, siendo relevante, no exime de un análisis más detallado de rankings por cada uno de los 6 pilares e indicadores en los que se basa este informe donde en muchos casos varían sustancialmente las posiciones. La posición de cada uno de los 22 destinos urbanos se ha calculado en función de su desempeño en los 63 indicadores de esta tercera edición, cerrados con la información disponible a 30 de noviembre de 2022.

	Ranking Global			Valor (media = 100)		
	2022	2016	vs 2016	2022	2016	vs 2016
Madrid	1	2	1	138,6	138,0	
Barcelona	2	1	-1	136,0	145,8	
Valencia	3	3		113,5	108,2	
San Sebastián	4	4		107,0	104,5	
Sevilla	5	6	1	106,8	102,2	
Palma de Mallorca	6	7	1	106,7	101,5	
Málaga	7	5	-2	101,4	103,0	
Bilbao	8	8		99,2	99,2	
Santiago de Compostela	9	9		98,3	96,4	
Las Palmas de Gran Canaria	10	11	1	97,7	96,2	
Valladolid	11	12	1	95,9	95,6	
Gijón	12	10	-2	95,1	96,3	
Córdoba	13	14	1	94,1	95,3	
Zaragoza	14	13	-1	94,0	95,5	
Santander	15	15		92,4	95,2	
Granada	16	16		90,9	91,6	
Salamanca	17	17		90,5	91,5	
La Coruña	18	20	2	90,2	88,8	
Alicante	19	18	-1	89,7	91,3	
Murcia	20	19	-1	88,7	89,5	
Burgos	21	21		86,3	87,7	
León	22	22		86,1	85,8	

	Ranking Global			Valor (media = 100)			
	2022	2016	vs 2016	2022	2016	vs 2016	
Madrid	1	2	1	138,6	138,0		GRANDES CIUDADES (POB >500 mil hab)
Barcelona	2	1	-1	136,0	145,8		
Valencia	3	3		113,5	108,2		
Sevilla	5	6	1	106,8	102,2		
Málaga	7	5	-2	101,4	103,0		
Zaragoza	14	13	-1	94,0	95,5		
Palma de Mallorca	6	7	1	106,7	101,5		CIUDADES MEDIAS (POB < 500 mil hab Y > 200 mil hab)
Bilbao	8	8		99,2	99,2		
Las Palmas de Gran Canaria	10	11	1	97,7	96,2		
Valladolid	11	12	1	95,9	95,6		
Gijón	12	10	-2	95,1	96,3		
Córdoba	13	14	1	94,1	95,3		
Granada	16	16		90,9	91,6		
La Coruña	18	20	2	90,2	88,8		
Alicante	19	18	-1	89,7	91,3		
Murcia	20	19	-1	88,7	89,5		
San Sebastián	4	4		107,0	104,5		PEQUEÑAS CIUDADES (POB < 200 mil hab)
Santiago de Compostela	9	9		98,3	96,4		
Santander	15	15		92,4	95,2		
Salamanca	17	17		90,5	91,5		
Burgos	21	21		86,3	87,7		
León	22	22		86,1	85,8		

La explicación de la posición relativa que alcanza cada destino urbano en cada uno de los 6 pilares competitivos y en los 63 indicadores, se pueden descargar en el documento disponible en la página <http://www.exceltur.org/URBANTUR/>.

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCULTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org;
También nos puede encontrar en www.exceltur.org y en www.linkedin.com/company/exceltur

Decálogo de recomendaciones de política turística municipal para la legislatura municipal 2023-2027 derivadas de URBANTUR 2022

1. Procurar un liderazgo político al máximo nivel para integrar el turismo en la gestión urbana a través de una estrategia sostenida en el tiempo, que apueste por un posicionamiento turístico diferencial y sostenible a largo plazo, que induzca la mayor empatía y acogida ciudadana.
2. Implementar nuevos modelos/sistemas de gobernanza turística más profesionalizados y especializados, basados en la mayor cooperación entre los departamentos municipales y los mayores recursos y compromisos recíprocos público-privados.
3. Apostar por el gradual reposicionamiento y generación de la oferta diferencial de mayor valor, que más gasto local y efectos arrastre induzca para la ciudad, con una extensión lo más equilibrada posible en su territorio, aprovechando los recursos de su hinterland de influencia.
4. Procurar la mejor estructuración de los recursos disponibles en servicios turísticos vía líneas de producto diferenciadas que aprovechen los atributos y elementos diferenciales de identidad local, para alinearlos con las motivaciones de los turistas más interesantes y más deseables.
5. Aplicar de manera más decidida las nuevas tecnologías en la integración de los productos y la de los diversos actores que los conforman, focalizándose en su marketing y distribución y en un mejor contacto con el turista durante su estancia y gestionando sus impactos en el territorio.
6. Desarrollar políticas que favorezcan la mayor conectividad y fomenten la intermodalidad entre los diversos medios de transporte para mejorar la accesibilidad al destino.
7. Apostar por estrategias de movilidad turística que primen los nuevos sistemas de transporte más calmados, y/o de menor impacto ambiental y/o con la mayor capacidad de extender los efectos capilares de la derrama turística, por la ciudad y su entorno de influencia.
8. Invertir en espacios urbanos seguros de alta calidad de vida como los mejores escenarios para el disfrute por los visitantes de las experiencias turísticas de cada ciudad.
9. Gestionar las capacidades de carga de los distintos espacios/recursos turísticos, con especial atención a evitar la progresiva expulsión de residentes (gentrificación) de los centros urbanos por la conversión descontrolada e ilegal, de viviendas residenciales en alojamientos turísticos.
10. Promover políticas tendentes a los mayores compromisos sociales y ambientales, procurando mantener las mejores condiciones laborales posibles para atraer el mayor talento, reducir la huella ambiental y más compromisos con la preservación del patrimonio y la identidad local.

El Sr. Escarrer al finalizar la presentación de **URBANTUR 2022** concluyó: “Ante los crecientes retos competitivos que, en el ámbito turístico, ha constatado URBANTUR 2022, una de las principales recomendaciones es la necesidad de dar un paso más decidido e integrar al turismo en la visión sistémica y las estrategias globales y transversales que animen la proyección futura de la ciudad. De ello, no solo depende el propio éxito turístico de los destinos urbanos, sino su capacidad de favorecer y mejorar el reconocimiento del sector y la propia calidad de vida de sus ciudadanos, en aras de procurar realzar su valoración como una actividad cada día más valorada y deseada por su alta contribución socioeconómica.”

El Sr. Escarrer cerró la presentación indicando ser un gran convencido del potencial de un crecimiento turístico sostenible en España, basado en modelos de gestión público-privados que aporten más valor añadido-que no aspirar a batir más récords en volumen de una afluencia a menor precio. El sector turístico español, tiene ante sí notables oportunidades para seguir dando nuevas alegrías a la economía y al empleo de nuestro país en los próximos años, si bien para ello se precisan adoptar nuevas políticas, recursos y reglas de juego que acompañen la más estrecha y comprometida colaboración público privada.

Por último, concluyó mencionando que “EXCELTUR estará como siempre dispuesto a trabajar codo con codo con las diversas administraciones, asociaciones e instituciones representativas del sector privado, brindando los mejores esfuerzos para favorecer ese gradual reposicionamiento de nuestra oferta y nuestra demanda turística, que van a requerir los nuevos escenarios competitivos y exigencias de los consumidores, para que los próximos ciclos de crecimiento sean lo más sostenibles y deseables a nivel local”.

**Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: comunicacion@exceltur.org;
También nos puede encontrar en www.exceltur.org y en www.linkedin.com/company/exceltur**