

## COMUNICADO DE PRENSA

Madrid, 23 de mayo de 2023

# EXCELTUR presenta el primer “Atlas municipal de la contribución social del turismo en España”

El Atlas aporta información sobre la relevancia y contribución social que genera el turismo en los 500 municipios españoles con mayor número de plazas de alojamiento turístico reglado de mercado. Concretamente, el Atlas ofrece información para estos municipios clasificados y ordenados por destinos urbanos, de costa y de interior sobre:

- **El volumen y capacidad de la diversidad de oferta alojativa turística localizada en cada municipio comercializada en los mercados (hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico),** que condiciona la dimensión de la afluencia turística a nivel local y la realidad y la diversidad de servicios del clúster de actividades turísticas que dependen de los niveles de ocupación de dicha oferta<sup>1</sup>. Los datos proceden de la información oficial suministrada por el INE.
- **La relevancia del turismo en la dinámica económica y social de cada municipio, bajo el epígrafe “Especialización turística territorial”,** aproximada a través de lo que representa la afluencia media anual de turistas en el municipio sobre el conjunto de su población total (la residente más la turística), calculados ad hoc para el proyecto.
- **El volumen de empleos relacionados de forma directa con el turismo,** procedentes de los datos de afiliados a nivel municipal de la Seguridad Social, como indicador principal para aproximar la contribución social del turismo a las distintas sociedades locales.

El Atlas prioriza y fija una mayor atención en los 100 municipios de mayor relevancia turística que aglutinan el 56% de toda la capacidad alojativa turística en España y, así mismo, valora y resalta el peso que representan los destinos vacacionales (81 de los 100 con más plazas, son de costa)

El análisis de la información ofrecida por el Atlas revela una serie de reflexiones relevantes para la próxima legislatura 2023-2027 resumidas en los siguientes puntos:

- 1. 100 municipios en los que priorizar nuevas líneas de política turística de cara al próximo ciclo electoral 2023-2027.** El turismo muestra una intensa concentración territorial en España. Con datos de 2022 de los más de 8.000 municipios españoles, los 100 más importantes (cuyo ranking se presenta en estas páginas) acogen el 56% de toda la capacidad de alojamiento turístico (mientras acogen solo un 28% de la población residente). Son estos los municipios prioritarios en los que es clave dotar del mayor liderazgo municipal para aplicar una planificación y gestión turística bajo nuevos esquemas de gobernanza y líneas de trabajo más alineadas con los nuevos retos del escenario turístico y global de cara a la nueva legislatura 2023-2027.
- 2. Los destinos costeros justifican la mayor prioridad de Estado por los retos estructurales y competitivos que acusan y su gran relevancia en la oferta y demanda turística española.** El atractivo de las múltiples experiencias turísticas lúdicas vinculadas al disfrute de la costa, explican que 81 de los 100 destinos más turísticos de España por el tamaño de su oferta alojativa de mercado sean destinos de costa. De hecho, si se amplía el número a los 500 más importantes que presenta este Atlas, el número de destinos costeros se sitúa por encima de la mitad (251, acogiendo 3 millones de plazas de alojamiento turístico). De estos destinos de la costa española, 193 se sitúan en la franja mediterránea y de los archipiélagos de Baleares y Canarias, dentro del llamado “turismo de sol y playa” español, aglutinando sólo estos el 54% de toda la oferta de alojamiento turístico español de mercado (2,8 millones de plazas). Su destacada relevancia, junto con la situación de obsolescencia de parte de sus instalaciones y espacios públicos en múltiples destinos, tras varias décadas desde su desarrollo, justifican la necesidad de actuar de forma

<sup>1</sup> Por la dificultad para su aproximación, en este análisis no se incluyen los flujos de excursionistas (personas que visitan y no pernoctan en los destinos), pero que en muchos territorios y en algunos momentos del tiempo tienen una enorme incidencia sobre la realidad y contribución social del turismo, así como la oferta alojativa de segundas residencias, al no disponer hasta la fecha de la información del Censo de 2021.

---

decidida a través de una política de Estado en el refuerzo de una competitividad sostenible, tal y como venimos reclamando en EXCELTUR con la solicitud de un PERTE específico o programa similar para el reposicionamiento competitivo que, a modo de experiencia piloto, sirva de experiencia y ejemplo de transformación para el resto.

- 3. Los destinos urbanos ante su consolidación como referentes internacionales y garantes de la preservación de la calidad de vida e identidades locales de su población residente.** Las capitales de provincia, autonómicas y ciudades autónomas representan el 16,0% de toda la oferta turística alojativa de mercado en España, según el presente Atlas, con 6 ciudades (1ª Madrid, 2ª Barcelona, 10ª Palma de Mallorca (en buena parte por la oferta presente en la Playa de Palma), 12ª Sevilla, 13ª Valencia y 14ª Málaga) entre las 20 primeras y liderando la creación de empleo turístico, por su condición de grandes centros de servicios de ocio y negocio, sedes de empresas y de logística de transporte. Se trata de algunas ciudades que ya son referentes y que han de liderar las próximas transformaciones de vanguardia en la gestión turística urbana en España, sirviendo de ejemplo para el resto. Es decir, seguir apostando por promover la oferta más diferenciada, socioeconómicamente más rentable, con los mayores efectos arrastre y de mayor valor añadido local, a la vez que aplicando medidas para preservar los elementos de identidad y estilo de vida de sus barrios más emblemáticos, evitando la expulsión de residentes, que entre otros, genera el crecimiento descontrolado de las viviendas turísticas y procurando recuperar la mayor empatía y capacidad de acogida ciudadana, por el turismo y por el turista.
- 4. Ciertos destinos de interior presentan oportunidades de desarrollo,** dada su presencia aún reducida en la estructura turística española, donde destacan por su relevancia los destinos de montaña especializados en el esquí y otros deportes y experiencias de naturaleza. En su caso, el mayor reto público-privado de esos destinos, se centra en analizar previamente su rentabilidad socioeconómica para decidir si invertir en poner en valor sus recursos naturales y patrimoniales y trabajar conjuntamente para su traslación a los mercados turísticos. Todo ello para ayudarles a identificar en primer lugar el valor de sus recursos, para luego superar en muchos casos y en segundo lugar el desconocimiento de su existencia, así como abordar los potenciales problemas de estacionalidad de su demanda, en especial, en fines de semana y épocas estivales.

---

## EXCELTUR propone 10 ámbitos prioritarios de actuación de política turística local para la legislatura 2023-2027

La relevancia del turismo en los municipios españoles que refleja el presente Atlas demanda la mayor prioridad de atención en muchas de sus políticas y modelos de gobernanza municipales, con la visión más transversal y ambiciosa de futuro. Con el objetivo de enriquecer y orientar el debate de los temas clave a los que se enfrentarán los nuevos gobiernos locales que resulten electos en las elecciones del 28 de mayo, desde EXCELTUR queremos compartir y sugerir a modo de decálogo resumido, algunas reflexiones que sentimos prioritarias, conscientes que su deseable avance a escala municipal conllevará notables mejoras competitivas, estructurales y sostenibles para el conjunto del sector turístico español.

- 1. Visión transversal y liderazgo político al máximo nivel local** para integrar el turismo en la gestión municipal y dotar a las acciones turísticas de una **estrategia continuada en el tiempo**, que apueste por un posicionamiento turístico diferencial y del mayor valor añadido, sostenible y deseable a largo plazo.
- 2. Implementación de nuevos sistemas de gobernanza turística** a nivel local, ágiles, profesionales y especializados, basados en la más estrecha cooperación público-pública y público-privada, tanto entre las distintas áreas municipales, como aunando, a su vez, los mayores compromisos empresariales recíprocos, integrando, asimismo, la visión de la población local, para recabar su mayor complicidad.
- 3. Aprovechamiento de las sinergias y economías de escala derivadas del trabajo conjunto con otros municipios y/o organismos supramunicipales** (mancomunidades, diputaciones, CC.AA. y Gobierno de España) para recabar mayores apoyos, recursos y talento que faciliten abordar y poner en marcha proyectos transversales del mayor calado y con verdadera capacidad transformadora.
- 4. Apuesta y apoyo a la inversión en la creación/transición/reposicionamiento de la oferta** (alojativa, e instalaciones de ocio y negocio) de más valor añadido, que induzcan el mayor gasto y efectos arrastre sobre actividades conexas del municipio, facilitando y agilizando los trámites administrativos para nuevos proyectos y/o la rehabilitación de los existentes, evitando la imposición de recargos y tasas.

- 5. Aprovechamiento de la aplicación de nuevas tecnologías** en la mejor puesta en valor de los recursos turísticos, con la mayor integración en nuevos productos de los diversos servicios de su extensa cadena de valor local, y en su marketing y posicionamiento en los segmentos de más interés, facilitando, además, la mejor atención al turista en su estancia y la gestión de su impacto en el territorio.
- 6.** Desarrollo de políticas que se favorezcan de la notable **dotación de infraestructuras de transporte** en toda España, propiciando la mayor accesibilidad al municipio y sus lugares turísticos, a través del fomento de su conectividad, **aprovechando las ventajas de la intermodalidad** entre los diversos medios de transporte y la conexión con otros destinos próximos.
- 7.** Apuesta por una **estrategia de movilidad turística dentro de los municipios** que prime los nuevos sistemas de transporte más calmados, de menor impacto ambiental y sin sesgos, que pudieran penalizar aquellos modelos de transporte con mayor capacidad de extender el impacto y derrama socioeconómica del turismo por todo el municipio y su entorno de influencia.
- 8. Inversión en espacios públicos seguros y de alta calidad de vida** para los residentes, que al final resultan ser, los mejores escenarios para el disfrute de las experiencias turísticas para los visitantes.
- 9. Reflexión sobre la capacidad de acogida de la sociedad y las capacidades de carga de los espacios turísticos más tensionados**, desarrollando una estrategia para su adecuación sostenible con normativas más exigentes, y el refuerzo de la capacidad de gestión y control sobre elementos de saturación clave, como las viviendas turísticas, los flujos de excursionistas, cruceristas y de turistas en autocaravanas, etc.
- 10.** Promover **el mayor compromiso público-privado social y ambiental en el municipio**, en torno a nuevos modelos turísticos que faciliten las mejores condiciones laborales, protección del entorno ambiental y preservación del patrimonio cultural y elementos de identidad locales, promoviendo la mayor empatía ciudadana, que mejoren la reputación y la capacidad de acogida hacia el turismo y a los turistas.

La información del documento completo del Atlas se aporta estructurada en **tres niveles**:

- 1.** Uno general, en la que se ofrece para las variables descritas la información de los **100 primeros destinos ordenados por volumen de oferta turística alojativa comercializada en los mercados**, como destinos prioritarios de la acción política en materia turística.
- 2.** Otro en la que se presentan **los municipios ordenados por tipologías de destinos turísticos**, estructurados en tres categorías: **ciudades capitales de provincia, comunidad autónoma o ciudad autónoma, destinos de la costa y destinos de interior, culturales, de naturaleza y montaña**<sup>2</sup>.
- 3.** Un tercero final donde se exponen los destinos presentes en el Atlas con **una ficha para cada comunidad autónoma**, respondiendo al relevante papel que desempeñan las CC.AA. como administración, junto a las locales, con ostenta el mayor volumen de competencias administrativas que afectan a la configuración y competitividad turística del destino.

**El informe completo lo puede descargar de: [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)**

**Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR  
Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: [comunicacion@exceltur.org](mailto:comunicacion@exceltur.org)**

<sup>2</sup> La caracterización de los municipios por tipologías de destinos se ha realizado de forma propositiva, con una combinación de criterios geográficos (Ejm. proximidad a la costa), administrativos (capital de provincia o perteneciente a una zona turística definida) y turísticos, de forma que hay municipios que se han ubicado en una categoría, pudiendo entenderse que igualmente podría formar parte de otra (Ejm la ciudad de Alicante, Palma o Málaga Urbano y/o Costa, Frigiliana, Santillana del Mar, etc.). En estos casos se ha optado por la considerada más relevante.

# Posicionamiento de los municipios españoles por su relevancia turística y contribución social

## 1. Ranking<sup>3</sup> 100 principales destinos<sup>4</sup>. Año 2022 (I)

Fuente: Exceltur

Del 1 al 50			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura			Especialización	Contribución social
				% Hoteles	Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	MADRID	MAD	151.627	61,9%	8,1%	29,9%	5,6%	72.912
2	BARCELONA	CAT	126.633	69,1%	2,4%	28,5%	8,5%	47.143
3	BENIDORM	CVA	93.390	50,1%	36,8%	13,1%	66,7%	15.687
4	SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA	CAN	89.163	50,8%	33,8%	15,4%	59,1%	21.230
5	SALOU	CAT	72.077	50,9%	32,0%	17,1%	77,9%	5.469
6	ADEJE	CAN	68.993	55,2%	21,4%	23,4%	55,6%	18.570
7	CALVIA	BAL	68.478	82,8%	11,9%	5,3%	62,1%	10.779
8	MARBELLA	AND	63.802	26,9%	18,3%	54,8%	33,4%	12.515
9	ARONA	CAN	57.528	38,7%	36,3%	25,0%	43,6%	10.838
10	PALMA DE MALLORCA	BAL	57.413	85,8%	4,1%	10,0%	11,9%	27.022
11	LLORET DE MAR	CAT	53.553	61,3%	17,1%	21,5%	55,1%	4.684
12	SEVILLA	AND	52.933	48,0%	13,1%	38,9%	10,6%	15.337
13	VALENCIA	CVA	47.983	42,2%	15,3%	42,5%	11,2%	16.073
14	MÁLAGA	AND	44.666	30,1%	13,9%	56,1%	8,6%	11.790
15	MOGÁN	CAN	41.780	40,1%	44,0%	15,9%	64,5%	7.374
16	ALCUDIA	BAL	41.215	53,9%	18,8%	27,3%	67,4%	5.353
17	TIAS	CAN	38.694	36,5%	42,7%	20,8%	65,0%	5.871
18	PÁJARA	CAN	38.679	78,9%	10,4%	10,7%	57,2%	8.683
19	TORREMOLINOS	AND	36.489	65,5%	11,0%	23,5%	38,2%	6.861
20	CALPE/CALP	CVA	36.019	12,7%	43,1%	44,2%	67,5%	2.691
21	BENALMADENA	AND	35.568	39,9%	18,2%	41,9%	41,9%	4.756
22	YAIZA	CAN	33.638	53,4%	15,1%	31,5%	62,2%	6.196
23	CIUTADELLA DE MENORCA	BAL	33.133	45,2%	32,4%	22,4%	50,3%	2.755
24	CAMBRILS	CAT	32.950	22,8%	53,9%	23,4%	63,1%	2.919
25	TORROELLA DE MONTGRI	CAT	31.338	6,0%	76,7%	17,4%	67,1%	1.382
26	SANT JOSEP DE SA TALAIA	BAL	31.250	48,4%	17,2%	34,4%	55,3%	3.495
27	MIJAS	AND	31.076	7,2%	32,1%	60,7%	34,4%	3.974
28	SANTA EULARIA DEL RIU	BAL	29.666	54,8%	19,4%	25,9%	47,3%	3.993
29	PEÑISCOLA	CVA	29.522	33,1%	37,6%	29,3%	81,3%	1.894
30	DENIA	CVA	29.276	8,4%	31,5%	60,1%	50,9%	4.032
31	GRANADA	AND	29.104	53,8%	11,0%	35,2%	18,6%	8.242
32	CASTELL-PLATJA D'ARO	CAT	28.999	25,4%	53,6%	21,0%	72,7%	2.428
33	OLIVA (LA)	CAN	28.380	38,3%	12,9%	48,7%	40,8%	3.641
34	ALICANTE/ALACANT	CVA	28.339	31,9%	19,5%	48,6%	21,3%	12.085
35	ESTEPONA	AND	28.113	28,8%	21,6%	49,7%	40,4%	4.367
36	SANT LLORENC DES CARDASSAR	BAL	27.532	86,6%	6,1%	7,2%	72,4%	948
37	JAVEA - XABIA	CVA	27.462	4,4%	35,0%	60,6%	47,7%	1.747
38	ROQUETAS DE MAR	AND	27.130	65,4%	20,7%	13,9%	25,6%	3.984
39	ROSES	CAT	26.889	28,8%	27,5%	43,7%	71,5%	2.250
40	SANTANYI	BAL	26.703	57,6%	13,1%	29,3%	71,6%	2.680
41	CASTELLO D'EMPURIES	CAT	26.605	4,7%	65,5%	29,8%	75,5%	1.815
42	CARTAGENA	MUR	26.508	28,5%	41,5%	30,0%	24,8%	5.273
43	TORREVIEJA	CVA	25.980	7,9%	25,3%	66,8%	53,2%	4.684
44	ORPESA/OROPESA DEL MAR	CVA	25.594	16,6%	61,1%	22,3%	77,6%	1.431
45	POLLENÇA	BAL	25.360	22,6%	8,5%	68,9%	61,6%	2.110
46	FUENGIROLA	AND	25.348	47,6%	13,4%	39,0%	33,1%	4.588
47	MANACOR	BAL	25.338	69,6%	6,9%	23,5%	41,1%	2.907
48	CONIL DE LA FRONTERA	AND	25.264	24,9%	30,0%	45,0%	49,6%	2.404
49	SANXENXO	GAL	24.758	38,3%	33,4%	28,3%	61,0%	2.275
50	TEGUISE	CAN	24.073	37,3%	35,9%	26,8%	47,0%	3.732

<sup>3</sup> El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio. El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

<sup>4</sup> El destino Playa de Palma no se ha podido incorporar en el informe de forma diferenciada debido a su configuración territorial entre dos municipios, Palma de Mallorca y Lluçmajor y la falta de publicación por parte del INE de algunos indicadores de base del Atlas, con respecto a lo que pertenece a la Playa de Palma y lo que no. Para entender la relevancia de este destino y con el único indicador disponible diferenciado que se dispone para la playa de Palma, como es la planta hotelera, la Playa de Palma se situaría en niveles de plazas hoteleras próximos a la posición que ostenta Calviá. De hecho, de incluirse la Playa de Palma de forma diferenciada, el número de plazas en la ciudad de Palma de Mallorca se reducirían notablemente, al estar una parte relevante de ellas localizadas en esta franja de su territorio.

# 1. Ranking<sup>5</sup> 100 principales destinos. Año 2022 (II)

Fuente: Exceltur

Del 51 al 100			Modelo alojativo del destino			Especialización y contribución turística		
Ranking	Destino	CC.AA.	Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura			Especialización	Contribución social	
			Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural			% Viviendas de Uso Turístico en plataformas
51	PUERTO DE LA CRUZ	CAN	23.968	66,6%	21,7%	11,7%	50,1%	5.433
52	CAPDEPERA	BAL	22.796	79,2%	6,3%	14,5%	61,7%	2.244
53	CHICLANA DE LA FRONTERA	AND	22.738	54,9%	6,5%	38,6%	28,5%	4.100
54	MONT-ROIG DEL CAMP	CAT	22.141	8,5%	60,6%	30,9%	65,7%	891
55	BLANES	CAT	21.217	17,2%	67,5%	15,3%	38,4%	1.744
56	TOSSA DE MAR	CAT	21.129	41,4%	39,2%	19,4%	76,2%	1.453
57	SANT ANTONI DE PORTMANY	BAL	20.928	61,9%	24,0%	14,1%	40,6%	2.748
58	GANDIA	CVA	20.182	33,6%	36,2%	30,2%	42,0%	3.586
59	SANTA MARGALIDA	BAL	19.898	67,8%	7,4%	24,8%	62,6%	2.361
60	PALS	CAT	19.166	5,2%	77,1%	17,7%	86,0%	700
61	MURO	BAL	19.058	82,1%	3,0%	14,8%	70,5%	1.418
62	LLANES	AST	18.968	14,2%	55,9%	29,9%	52,0%	1.221
63	ESCALA (L')	CAT	18.935	5,2%	55,8%	39,0%	73,7%	1.204
64	TARIFA	AND	18.701	19,2%	33,1%	47,8%	44,9%	2.137
65	NERJA	AND	18.552	23,7%	26,4%	49,8%	51,8%	2.299
66	MOJACAR	AND	18.370	49,8%	30,4%	19,8%	63,9%	1.340
67	ORIHUELA	CVA	18.338	5,3%	25,0%	69,8%	50,4%	4.302
68	LLUCMAJOR	BAL	17.995	65,5%	11,2%	23,3%	36,2%	3.523
69	PALAFRUGELL	CAT	17.990	8,9%	54,8%	36,3%	49,9%	1.516
70	ANTIGUA	CAN	17.966	48,3%	25,6%	26,1%	47,8%	1.830
71	CALONGE	CAT	17.433	6,1%	66,0%	27,9%	65,3%	823
72	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN	PVA	16.735	46,8%	19,8%	33,4%	9,8%	4.367
73	CÓRDOBA	AND	16.729	47,8%	12,8%	39,4%	10,4%	4.770
74	EIVISSA	BAL	16.714	57,6%	26,7%	15,8%	24,4%	7.730
75	MALGRAT DE MAR	CAT	16.337	43,9%	52,4%	3,7%	47,8%	1.204
76	CALELLA	CAT	16.169	75,4%	18,5%	6,1%	43,6%	1.534
77	TARRAGONA	CAT	16.124	15,5%	66,3%	18,3%	12,7%	2.670
78	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	CAN	15.849	42,6%	8,5%	48,9%	4,9%	6.052
79	SANTA SUSANNA	CAT	15.528	71,2%	24,8%	4,1%	78,8%	1.155
80	SANT PERE PESCADOR	CAT	15.385	0,9%	95,9%	3,2%	82,5%	535
81	SON SERVERA	BAL	15.252	76,7%	11,6%	11,6%	51,3%	4.211
82	ALCALA DE XIVERT	CVA	15.179	14,8%	55,4%	29,8%	69,4%	812
83	VILA-SECA	CAT	15.135	69,5%	16,3%	14,2%	47,2%	2.745
84	ALMUÑECAR	AND	14.507	40,2%	16,9%	42,9%	57,4%	2.180
85	ZARAGOZA	ARA	14.360	72,1%	10,9%	17,0%	4,9%	5.027
86	BILBAO	PVA	14.261	68,3%	8,3%	23,4%	4,8%	4.408
87	SITGES	CAT	13.696	37,4%	24,5%	38,1%	30,9%	2.254
88	SANTIAGO DE COMPOSTELA	GAL	13.150	62,0%	16,2%	21,8%	19,8%	4.119
89	VERA	AND	12.891	33,9%	32,0%	34,1%	35,4%	1.072
90	FORMENTERA	BAL	12.710	41,9%	23,0%	35,1%	52,6%	1.798
91	SANTA POLA	CVA	12.694	4,9%	39,3%	55,8%	65,8%	2.077
92	SANTANDER	CNT	12.659	37,4%	19,0%	43,6%	11,6%	3.848
93	GIJON	AST	12.353	40,3%	18,1%	41,6%	7,3%	2.804
94	FELANITX	BAL	12.275	33,2%	20,2%	46,6%	43,6%	1.415
95	NOJA	CNT	12.251	16,4%	74,5%	9,1%	91,4%	641
96	PALAMOS	CAT	12.019	11,3%	64,1%	24,6%	43,6%	1.310
97	TEULADA	CVA	11.646	2,9%	29,3%	67,8%	64,0%	1.096
98	OLIVA	CVA	11.479	4,9%	59,4%	35,7%	41,0%	1.287
99	CÁDIZ	AND	11.324	25,8%	17,6%	56,6%	12,7%	2.611
100	ALFAS DEL PI,L'	CVA	11.317	21,4%	57,3%	21,4%	36,6%	1.461

El informe completo lo puede descargar de: [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto con Departamento de Comunicación de EXCELTUR  
 Telf. 91 5237600; Fax. 91 5237601; E-mail: [comunicacion@exceltur.org](mailto:comunicacion@exceltur.org)

<sup>5</sup> El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.

El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.