

MONITUR2023

MONITOR DE COMPETITIVIDAD
TURÍSTICA RELATIVA
DE LAS COMUNIDADES
AUTÓNOMAS ESPAÑOLAS
ANEXO DE INDICADORES





PILAR 1. Visión de marketing estratégico y apoyo comercial

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

- 1.1. Dotación y eficiencia del gasto público comprometido para el marketing y la promoción turística**
 - 1.1.a. Dotación presupuestaria para marketing y promoción
 - 1.1.b. Eficiencia percibida de la acción en marketing y promoción institucional
- 1.2. Estrategia de marketing**
- 1.3. Estrategia de marketing on-line**
 - 1.3.a. Vocación comercial del portal turístico institucional
 - 1.3.b. Marketing en redes sociales y medios relacionado
 - 1.3.b.1. Posicionamiento en redes sociales
 - 1.3.b.2. Capacidad proactiva en instrumentos multimedia
- 1.4. Agilidad y eficiencia del órgano de gestión del marketing**
 - 1.4.a. Fórmula de gestión del marketing institucional
 - 1.4.b. Grado de autonomía financiera de la entidad gestora



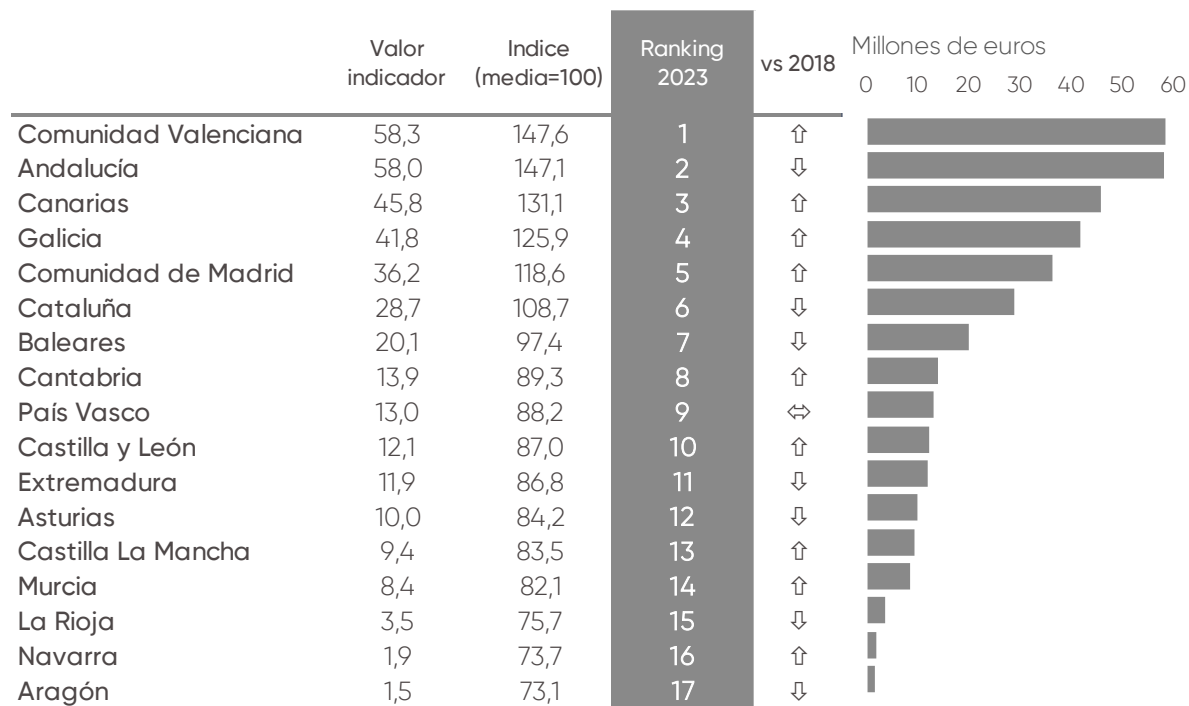


Indicador 1.1.a: Dotación presupuestaria para marketing y promoción

Objetivo: aproximar el grado de prioridad concedido al turismo a través de los recursos financieros del presupuesto autonómico puestos a disposición del ente gestor responsable del marketing y la promoción turística en las distintas comunidades autónomas.

Fuente: Exceltur a partir de información facilitada sobre presupuestos para marketing y promoción por la organización administrativa de cada comunidad autónoma. Año 2022.

Descripción: presupuesto destinado a marketing y promoción turística ya bien sea gestionado directamente por el órgano administrativo encargado de las competencias turísticas o un ente instrumental de promoción (organismo autónomo, ente público o consorcio o sociedad de gestión público-privada).

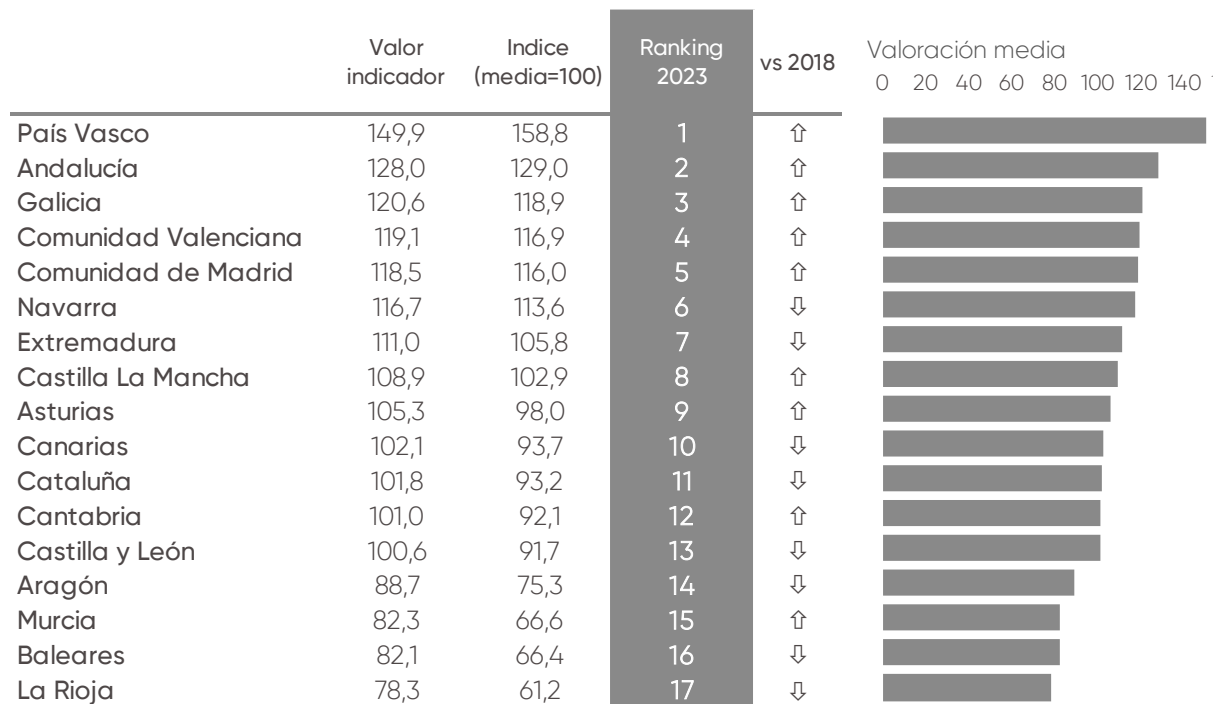


Indicador 1.1.b: Eficiencia percibida de la acción en marketing y promoción institucional

Objetivo: evaluar los resultados de la acción de las políticas de promoción y actuaciones de marketing turístico desarrollado por cada uno de sus gobiernos regionales.

Fuente: Exceltur a partir de los resultados de la Encuesta de Confianza Turística Empresarial de EXCELTUR. Año 2023.

Descripción: valoración media de la eficiencia percibida de la acción de marketing y promoción institucional percibida por los empresarios turísticos con actividad en las comunidades. El valor del indicador se expresa en índice 100.





Indicador 1.2: Estrategia de marketing

Objetivo: valorar la consistencia del diseño e implementación de la estrategia de marketing y posicionamiento turístico de las comunidades y sus destinos que, desde la estructuración de su gama de productos-experiencias diferenciales, plantee y ordene la oferta por productos, se decante por los mercados y segmentos de demanda objetivos, y lo desarrolle con un planteamiento y acciones concretas, con responsables para su ejecución, presupuestos comprometidos y sistemas para su evaluación y comunicación.

Fuente: Exceltur a partir de Planes Estratégicos de Marketing vigentes en mayo de 2023 y Memorias de seguimiento facilitados por la organización administrativa de cada comunidad autónoma. Año 2023.

Descripción: número de criterios que cumple cada plan entre una selección de aquellos que persiguen reflejan el rigor de sus contenidos e instrumentos de seguimiento:

1. Existencia de un Plan de Marketing plurianual.
2. El plan está sustentado en una inteligencia previa de los mercados.
3. Identifica y trata de consolidar un posicionamiento de mercado predeterminado
4. Se apoya en una identidad corporativa (adecuada arquitectura y conciliación de marcas).
5. Identifica y cuenta con una matriz de productos prioritarios/segmentos de demanda meta.
6. Identifica los canales de comercialización prioritarios.
7. Cuenta con un plan concreto de acciones.
8. Contempla un presupuesto asignado y un calendario desarrollado para ese plan de acciones.
9. Cuenta con un sistema de seguimiento y evaluación permanente de dicho Plan.
10. Contempla un sistema de seguimiento basado en KPIs.
11. Existencia de una memoria anual de las actividades de marketing realizadas en 2023.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de criterios
					0 2 4 6 8 10
Pais Vasco	11	139,7	1	↔	10
Cantabria	10	130,7	2	↔	9
Murcia	10	130,7	2	↔	9
Asturias	9	121,7	4	↑	8
Cataluña	9	117,3	5	↑	8
Canarias	8	112,8	6	↓	7
Andalucía	8	112,8	6	↔	7
Comunidad Valenciana	7	103,8	8	↓	6
Galicia	7	99,3	9	↓	6
Castilla La Mancha	6	90,4	10	↓	5
Navarra	6	90,4	10	↑	5
Comunidad de Madrid	5	85,9	12	↓	4
Extremadura	5	85,9	12	↑	4
Baleares	5	83,8	14	↓	4
Aragón	5	81,4	15	↓	4
Castilla y León	4	72,4	16	↓	3
La Rioja	0	41,1	17	↓	2





Objetivo del ámbito: el uso masivo de Internet como fuente de información, medio relacional de intercambiar opiniones y sugerencias y, cada vez más, canal de compra directa por parte de los turistas del conjunto de servicios turísticos que componen su viaje (billete del medio de transporte elegido, reserva de alojamiento, entrada para espectáculos, museos y conciertos, reservas de restaurantes) hace de los medios on-line un instrumento imprescindible de promoción y comercialización de los destinos.

Respondiendo al objetivo de aproximar la viralidad de la estrategia de utilización de los medios de comunicación, marketing y comercialización on-line para multiplicar su impacto, MoniTUR incorpora indicadores para recoger:

1.3.a. La vocación comercial de los sitios web turísticos institucionales de las CCAA

1.3.b. El impulso al marketing en redes sociales y medios multimedia

Los resultados se han obtenido a partir de la evaluación de las siguientes webs oficiales de turismo de la comunidad, vigentes a la fecha de cierre del proyecto:

Comunidad Autónoma:

Andalucía

Aragón

Asturias

Baleares

Canarias

Cantabria

Castilla-La Mancha

Castilla y León

Cataluña

Portal Oficial de Turismo:

www.andalucia.org/es/

www.turismodearagon.com

www.turismoasturias.es

www.illesbalears.travel/es/baleares/

www.holaislascanarias.com

www.turismodecantabria.com

www.turismocastillalamancha.es

www.turismocastillayleon.com

www.catalunya.com

Comunidad Autónoma:

Comunidad Valenciana

Extremadura

Galicia

Comunidad de Madrid

Región de Murcia

Navarra

País Vasco

La Rioja

Portal Oficial de Turismo:

<http://comunitatvalenciana.com/>

www.turismoextremadura.com

www.turismo.gal

<http://turismomadrid.es/es/>

www.murciaturistica.es/

www.turismo.navarra.es

<https://turismo.euskadi.eus>

www.lariojatourismo.com



Indicador 1.3.a.- Vocación comercial del portal turístico institucional


















Objetivo: valorar la orientación del portal turístico institucional de las CC.AA. hacia la venta de los servicios turísticos que componen su oferta.

Fuente: Exceltur a partir del análisis individual de los portales turísticos institucionales de las comunidades autónomas. Año 2023.

Descripción: valoración de en qué medida el portal facilita la materialización de compras de servicios turísticos. Se distinguen diferentes niveles de desarrollo de su vocación comercial, desde el más básico al más avanzado y deseable por la posibilidad de materializar compras directas por parte del consumidor de distintos productos y servicios turísticos integrados en la cadena de valor.

Las escalas tomadas en consideración en la puntuación son:

1. El portal ofrece el correo electrónico de las empresas turísticas para hacer reservas.
2. El portal incorpora links que remite cualquier operación comercial a las webs de las empresas.
3. El portal permite hacer reservas online.
4. El portal permite comprar distintos servicios turísticos (alojamiento, entradas, restaurantes, actividades de ocio, etc.)
5. El portal vende productos “paquetizados” que integran distintos servicios con un precio cerrado.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de criterios
					0 1 2 3 4 5
Murcia	5	164,2	1	↑	
Asturias	4	137,6	2	↑	
País Vasco	4	137,6	2	↓	
Andalucía	3	111,0	4	↑	
Aragón	3	111,0	4	↑	
Cantabria	3	111,0	4	↑	
Baleares	2	84,3	7	↔	
Canarias	2	84,3	7	↔	
Castilla La Mancha	2	84,3	7	↔	
Castilla y León	2	84,3	7	↔	
Cataluña	2	84,3	7	↓	
Comunidad de Madrid	2	84,3	7	↔	
Comunidad Valenciana	2	84,3	7	↓	
Extremadura	2	84,3	7	↔	
Galicia	2	84,3	7	↔	
La Rioja	2	84,3	7	↓	
Navarra	2	84,3	7	↔	




















Indicador 1.3.b.- Marketing en redes sociales y medios relacionado

Objetivo: evaluar la acción de cada una de las 17 CC.AA. en la utilización de las principales redes sociales y el uso de medios multimedia para la comunicación con el turista, la promoción y optimización de la experiencia en destino del turista.

Fuente: Exceltur a partir del análisis individual de los perfiles institucionales de las comunidades autónomas en las redes sociales mencionadas. Año 2023.

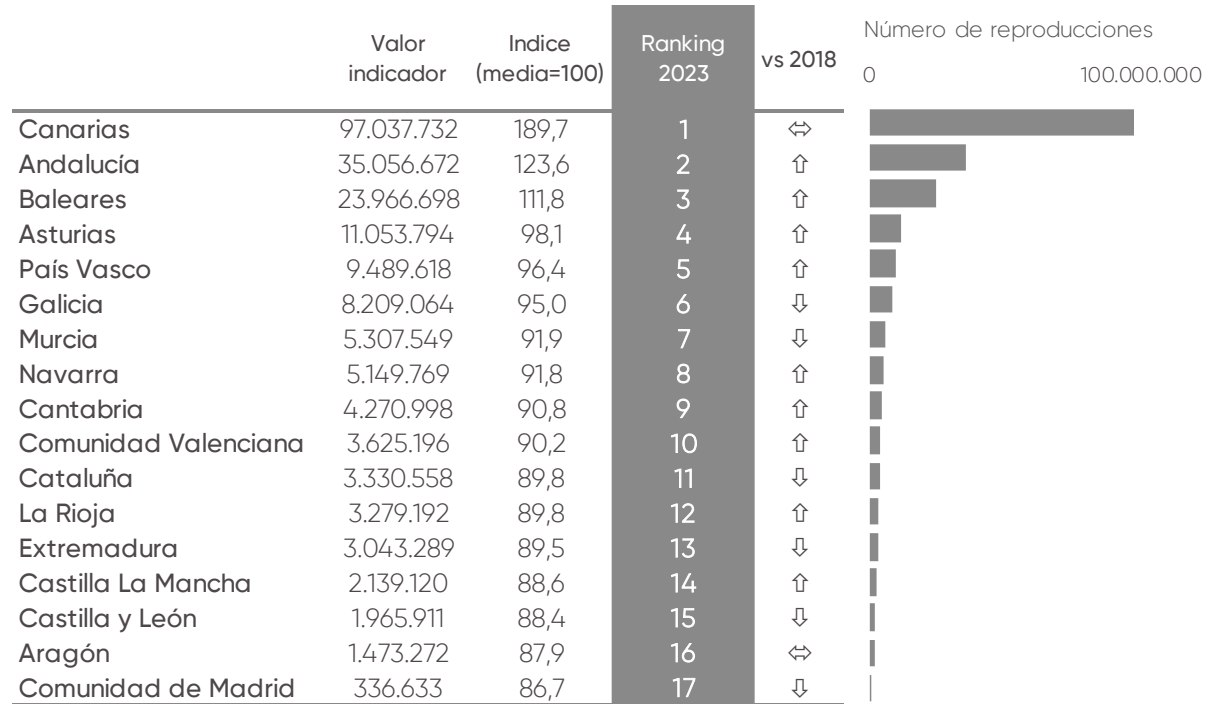
Descripción: MoniTUR incorpora dos indicadores para aproximar el esfuerzo de cada comunidad por aprovechar la capacidad de fortalecer y hacer más eficientes las estrategias de marketing turístico con el uso de los canales de marketing on-line:

1.3.b.1. Posicionamiento en redes sociales: número de seguidores del perfil social de la institución turística de cada CCAA a fecha de cierre del proyecto en las principales plataformas (Facebook, X e Instagram).

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de seguidores
					0 1.000.000 2.000.000
Cataluña	1.957.500	160,2	1	↔	
Canarias	1.605.316	144,9	2	↔	
Baleares	1.456.378	138,4	3	↑	
Asturias	891.700	113,8	4	↓	
Comunidad Valenciana	628.900	102,4	5	↔	
Comunidad de Madrid	622.500	102,1	6	↓	
Galicia	484.300	96,1	7	↑	
Andalucía	424.000	93,5	8	↓	
Cantabria	340.900	89,8	9	↓	
Castilla y León	272.100	86,8	10	↔	
País Vasco	233.743	85,2	11	↔	
Extremadura	159.900	82,0	12	↑	
Murcia	156.560	81,8	13	↓	
Navarra	148.700	81,5	14	↑	
La Rioja	139.700	81,1	15	↓	
Aragón	133.200	80,8	16	↔	
Castilla La Mancha	110.000	79,8	17	↔	



1.3.b.2. Capacidad proactiva en instrumentos multimedia: número de reproducciones de dicho canal a efectos de medir el impacto de las acciones de video marketing en el usuario final.



Objetivo del ámbito: Los vertiginosos cambios en el comportamiento del consumidor y en los propios canales de distribución, donde como ya se ha mencionado, los canales on-line han adquirido un relevante protagonismo, exigen disponer de nuevos modelos y fórmulas de gestión público-privadas de marketing institucional dotadas de la mayor flexibilidad a cargo de equipos cada día más profesionalizados con experiencia en técnicas de marketing y comercialización de bienes de consumo, como es el turismo.

Para responder a esta realidad, MoniTUR tiene en cuenta un ámbito dedicado a la valoración de la mayor o menor agilidad y la incorporación del sector privado en la gestión del marketing institucional compuesto por dos indicadores:


















1.4.a. Fórmula de gestión del marketing institucional

Objetivo: recoger las oportunidades de mayor agilidad en la contratación de personal y de proveedores, así como la participación de los empresarios en la toma de decisiones y la financiación de las diversas actuaciones, que introduce la fórmula jurídica encargada de regir el órgano de gestión del producto y el marketing turístico de cada comunidad autónoma.

Fuente: Exceltur a partir de información proporcionada por las CC.AA. Año 2023.

Descripción: evaluación de las distintas fórmulas jurídicas utilizadas por los órganos encargados del marketing turístico, dando un valor mayor a aquellas fórmulas más flexibles según la siguiente escala:

- 1 punto cuando el órgano de gestión del marketing de la comunidad turística es una Dirección General u organismo autónomo de carácter público.
- 2 puntos cuando el órgano de gestión del marketing turístico es una Sociedad Pública o Entidad Pública Empresarial.
- 3 puntos cuando el órgano de gestión del marketing turístico es una fórmula de derecho privado (Sociedad, Fundación y similares).

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Puntuación gestión del marketing
					0 1 2 3
Andalucía	2	112,1	1	↔	
Aragón	2	112,1	1	↔	
Asturias	2	112,1	1	↔	
Canarias	2	112,1	1	↔	
Cantabria	2	112,1	1	↔	
Castilla La Mancha	2	112,1	1	↑	
Castilla y León	2	112,1	1	↔	
Comunidad de Madrid	2	112,1	1	↑	
Comunidad Valenciana	2	112,1	1	↔	
Galicia	2	112,1	1	↔	
La Rioja	2	112,1	1	↔	
Murcia	2	112,1	1	↔	
País Vasco	2	112,1	1	↔	
Baleares	2	98,7	14	↓	
Cataluña	1	48,0	15	↓	
Extremadura	1	48,0	15	↓	
Navarra	1	48,0	15	↓	







1.4.b. Grado de autonomía financiera de la entidad gestora

Objetivo: aproximar el valor aportado al destino y la profesionalidad de los servicios prestados a través de su capacidad de autofinanciación con acciones de comarketing con el sector privado.

Fuente: Exceltur a partir de información proporcionada por las CC.AA. Año 2023.

Descripción: porcentaje del total de ingresos del ente de gestión turística de la comunidad obtenidos de la prestación de servicios dirigido a profesionales (acciones de comarketing con empresas).

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Porcentaje de ingresos
					0% 20% 40% 60% 80%
Cantabria	70,0%	196,9	1	↔	
Cataluña	3,0%	98,0	2	↑	
Canarias	1,0%	95,0	3	↑	
Andalucía	0,0%	93,6	4	↔	
Aragón	0,0%	93,6	4	↑	
Asturias	0,0%	93,6	4	↑	
Baleares	0,0%	93,6	4	↑	
Castilla La Mancha	0,0%	93,6	4	↑	
Castilla y León	0,0%	93,6	4	↓	
Comunidad de Madrid	0,0%	93,6	4	↑	
Comunidad Valenciana	0,0%	93,6	4	↑	
Extremadura	0,0%	93,6	4	↑	
Galicia	0,0%	93,6	4	↑	
La Rioja	0,0%	93,6	4	↑	
Murcia	0,0%	93,6	4	↑	
Navarra	0,0%	93,6	4	↑	
País Vasco	0,0%	93,6	4	↑	





RANKING AGREGADO

PILAR 1.

Visión de marketing
estratégico y apoyo
comercial

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
País Vasco	1	120,0	↔
Cantabria	2	119,1	↑
Andalucía	3	115,9	↓
Canarias	4	113,6	↓
Asturias	5	109,4	↑
Murcia	6	108,4	↑
Comunidad Valenciana	7	107,3	↓
Galicia	8	103,6	↑
Cataluña	9	99,0	↓
Comunidad de Madrid	10	98,8	↑
Castilla La Mancha	11	92,7	↑
Baleares	12	91,6	↔
Aragón	13	89,0	↑
Castilla y León	14	87,6	↓
Navarra	15	85,1	↔
Extremadura	16	84,5	↓
La Rioja	17	74,3	↔



PILAR 2. Accesibilidad y conectividad por medios de transporte

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

2.1. Accesibilidad y conectividad aérea

2.1.a. Suficiencia de vuelos

2.1.b. Conectividad aérea

2.2. Accesibilidad y conectividad ferroviaria

2.2.a. Suficiencia de trenes de alta gama

2.2.b. Conectividad ferroviaria

2.3. Accesibilidad y conectividad terrestre



Indicador 2.1.a.- Suficiencia de vuelos

Objetivo: aproximar la dotación de vuelos en función de las necesidades de los movimientos turísticos hacia esa comunidad, calculada como el porcentaje del número de asientos disponibles en los vuelos que aterrizan en el destino turístico con al menos una frecuencia semanal, sobre las plazas turísticas a servir en esa comunidad.

Fuente: Exceltur a partir de AENA, ETR y Frontur (INE), Encuestas de Alojamiento y Censo Viviendas 2021 (INE), Visados de fin de obra (Ministerio de Fomento). Año 2022.

Descripción: número de asientos en aviones para cubrir las plazas turísticas en cada comunidad.

La dotación de plazas en vuelos, calculada como el número de operaciones con al menos una frecuencia semanal y el tamaño medio de aeronaves, se relativiza en función del parque de alojamiento turístico en cada comunidad al que debe nutrir, considerando exclusivamente las plazas turísticas que en cada comunidad demandan los turistas que acceden a la misma por vía aérea.

Se calcula el número de plazas turísticas a cubrir por este medio de transporte como el siguiente producto:

Plazas turísticas a nutrir por el avión = (1)*(2)

(1) Porcentaje de pernoctaciones de viajeros que llegan por vía aérea (calculado en base al número de pernoctaciones según medio de transporte respecto al número de pernoctaciones totales).

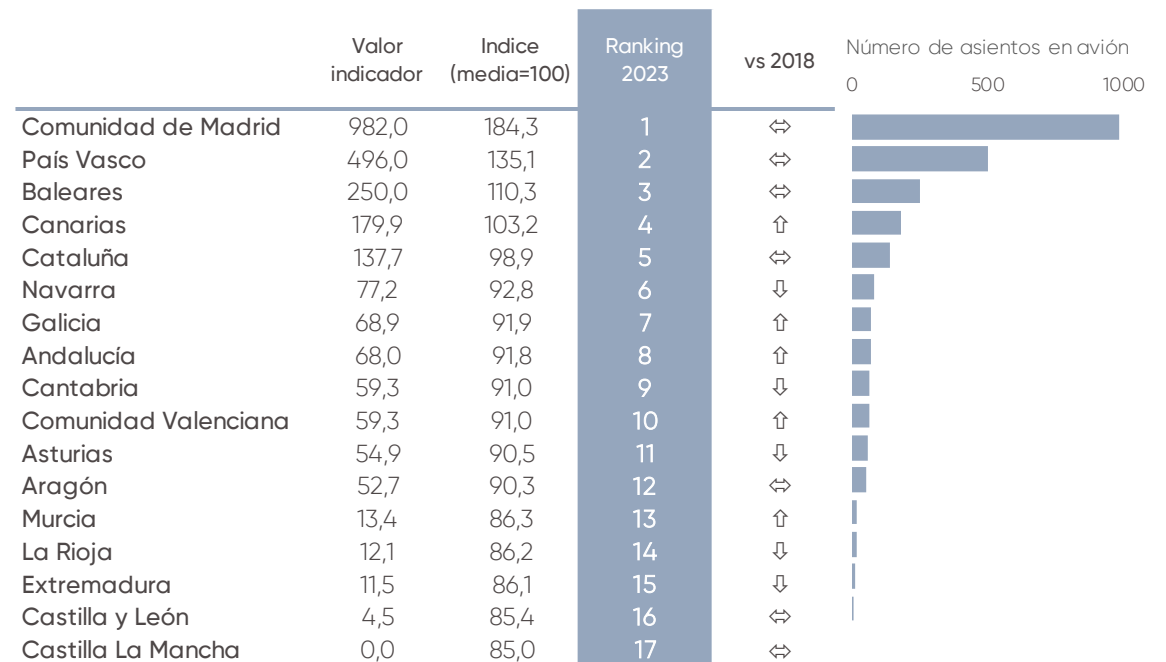
(2) Total plazas de alojamiento turístico reglado y no reglado

Con el dato de plazas turísticas a alimentar por este medio de transporte se calcula la suficiencia de plazas en avión para cubrir dicho número de plazas de alojamiento turísticas según la fórmula:

Suficiencia de vuelos = (1)/(2)

(1) Número de plazas disponibles en aviones que acceden a la comunidad

(2) Plazas turísticas a nutrir por el avión

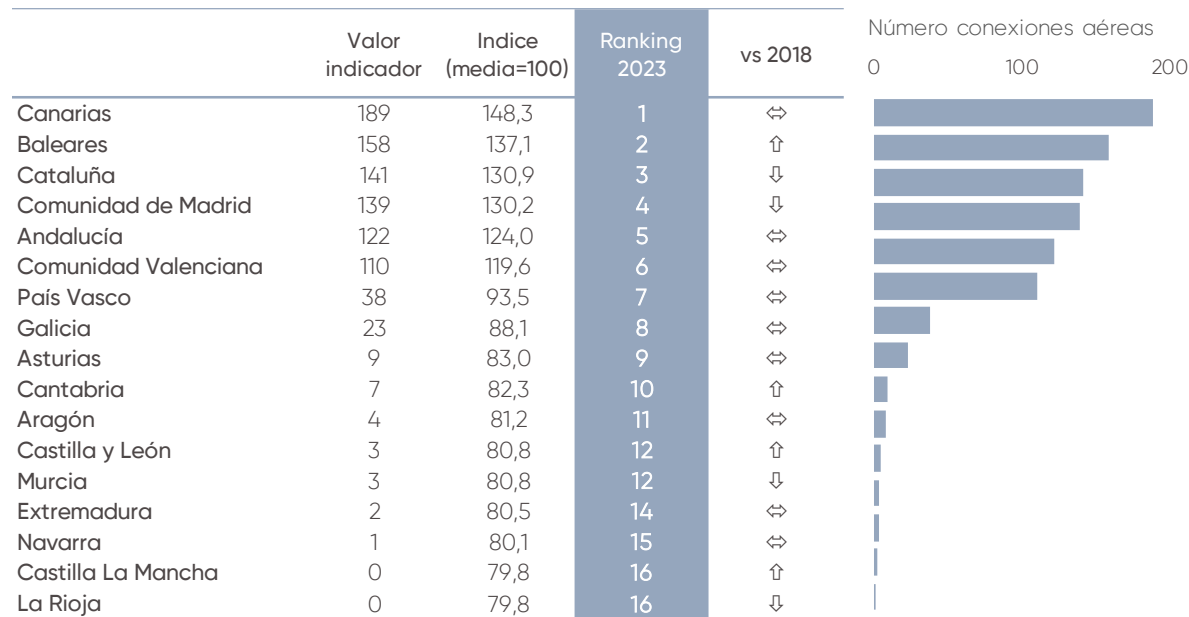


Indicador 2.1.b.- Conectividad aérea

Objetivo: evaluar las posiciones competitivas de las comunidades autónomas en su accesibilidad por vía aérea a través de su nivel de conectividad con diferentes aeropuertos de origen.

Fuente: Exceltur a partir de la base de datos de operaciones de AENA. Año 2022.

Descripción: número total de conexiones tanto domésticas como internacionales en cada uno de los aeropuertos españoles.



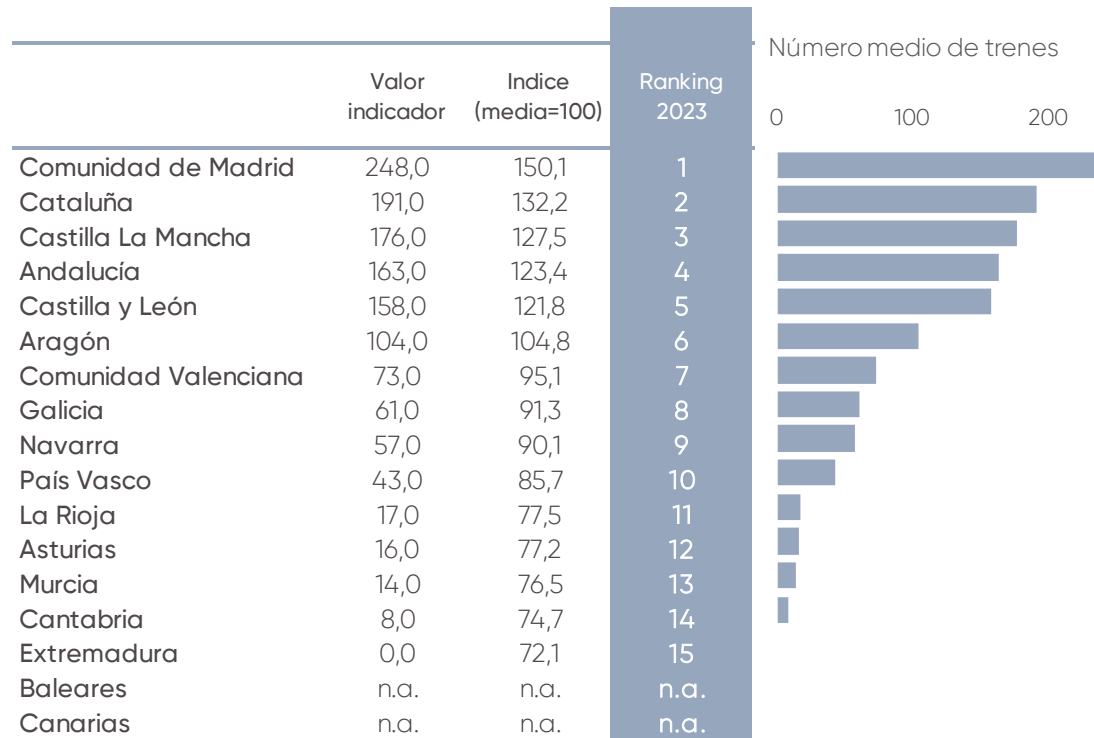
2.2.a. Suficiencia de trenes de alta gama

Objetivo: medir la facilidad del visitante de acceso al territorio por un medio de transporte rápido y cómodo.

Fuente: RENFE.

Descripción: número medio de trenes considerados por RENFE de alta gama que llegaron de media al día a distintas localidades de cada comunidad autónoma. Año 2017 (último valor disponible a expensas de poder incorporar en futuras ediciones la información del resto de operadores en el mercado).

Se entienden como trenes de “alta-gama” los productos de larga distancia de RENFE concretamente los trenes Alvia, AVE y Euromed así como los trenes de medio recorrido AVANT, caracterizados por la rapidez de sus desplazamientos, la frecuencia de trenes, la variedad de servicios ofertados tanto en tierra como abordo, el confort, la seguridad, la atención al cliente, etc.



2.2.b. Conectividad ferroviaria

Objetivo: evaluar las conexiones existentes en trenes de alta gama entre una comunidad autónoma con las principales ciudades del resto de comunidades autónomas.

Fuente: Exceltur a partir de RENFE e Instituto Geográfico Nacional. Año 2023.

Descripción: matriz origen-destino de conexiones con ciudades de origen fuera de la comunidad conectadas con las estaciones de la comunidad autónoma en tren de alta gama (AVE, Alvia, Avant y Euromed) a menos de 3 horas con una conexión en un tren de velocidad media superior a 110 Km/h (se excluyen las conexiones entre ciudades de la misma comunidad al no medir la conectividad externa).

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Conexiones en alta velocidad
Castilla La Mancha	32	157,2	1	↔	32
Comunidad de Madrid	24	136,6	2	↔	24
Castilla y León	20	126,3	3	↑	20
Cataluña	17	118,6	4	↓	17
Comunidad Valenciana	13	108,3	5	↓	13
Aragón	11	103,1	6	↓	11
Andalucía	10	100,5	7	↓	10
Asturias	5	87,6	8	↑	5
Galicia	4	85,0	9	↑	4
Murcia	4	85,0	9	↑	4
Navarra	4	85,0	9	↓	4
País Vasco	2	79,9	12	↓	2
La Rioja	1	77,3	13	↓	1
Cantabria	0	74,7	14	↓	0
Extremadura	0	74,7	14	↓	0
Baleares	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Canarias	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	

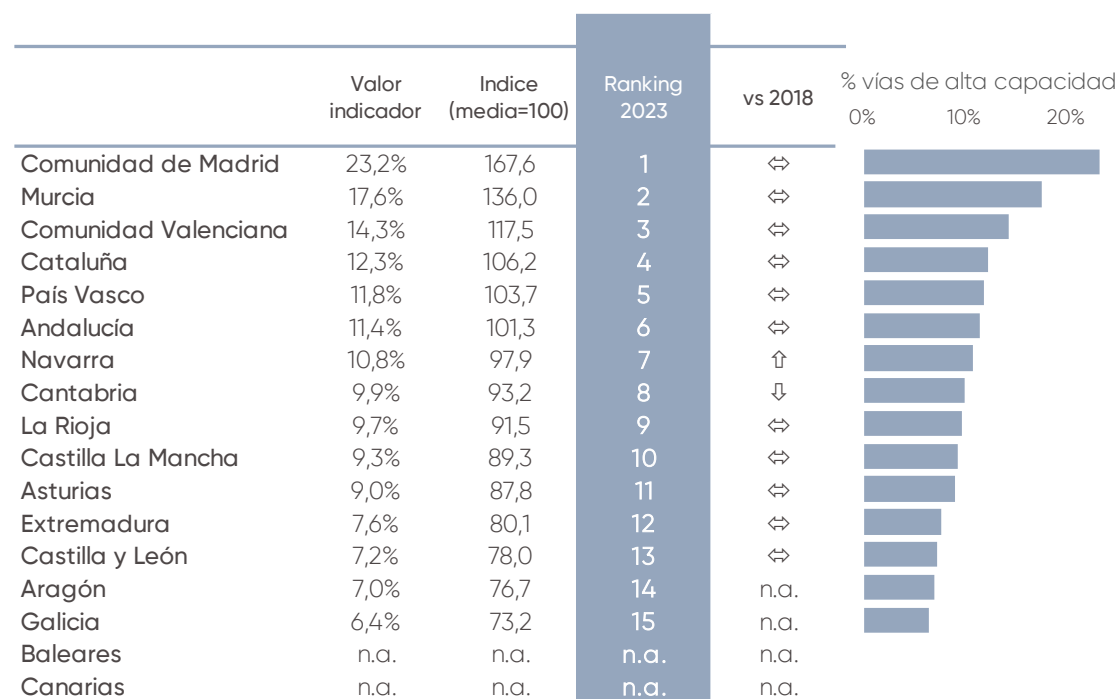


2.3. Accesibilidad y conectividad terrestre

Objetivo: medir la disponibilidad de infraestructuras de transporte terrestre que no solo facilitan la llegada al destino por parte del turista, sino su movilidad interna dentro del mismo, así como los movimientos logísticos necesarios para la operativa de la industria turística.

Fuente: Exceltur a partir de información del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible. Año 2019.

Descripción: número de km de vías de alta capacidad (en concreto autopistas y autovías), sobre el número de km total de carreteras en la comunidad (que incluye la red a cargo del Estado, a cargo de las comunidades autónomas y a cargo de las Diputaciones Forales).





RANKING AGREGADO

PILAR 2.

Accesibilidad y conectividad por medios de transporte

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
Comunidad de Madrid	1	156,1	↔
Canarias	2	125,7	↔
Baleares	3	123,7	↔
Cataluña	4	115,5	↔
Comunidad Valenciana	5	108,2	↑
Andalucía	6	107,1	↓
Castilla La Mancha	7	104,7	↑
País Vasco	8	100,3	↓
Murcia	9	100,1	↔
Castilla y León	10	95,1	↑
Navarra	11	90,6	↓
Aragón	12	88,8	↔
Asturias	13	85,7	↑
Cantabria	14	84,8	↓
La Rioja	15	84,0	↔
Galicia	16	83,8	↔
Extremadura	17	78,9	↔



PILAR 3. Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

- 3.1. Protección del territorio**
- 3.2. Densidad urbanística en los destinos**
 - 3.2.a. Grado de ocupación del territorio en los destinos turísticos**
 - 3.2.b. Nivel de congestión de los destinos turísticos**
- 3.3. Ordenación del impacto de las viviendas de alquiler turístico**
- 3.4. Atractivo de los espacios públicos**
- 3.5. Compromiso ambiental**
 - 3.5.a. Tratamiento de residuos**
 - 3.5.b. Depuración de agua**
 - 3.5.c. Gestión ambiental de las playas**
 - 3.5.d. Calidad del aire**
- 3.6. Otros servicios de soporte**
 - 3.6.a. Dotación de servicios sanitarios**
 - 3.6.a.1. Suficiencia de Médicos**
 - 3.6.a.2. Suficiencia de Plazas**
 - 3.6.b. Niveles de seguridad**

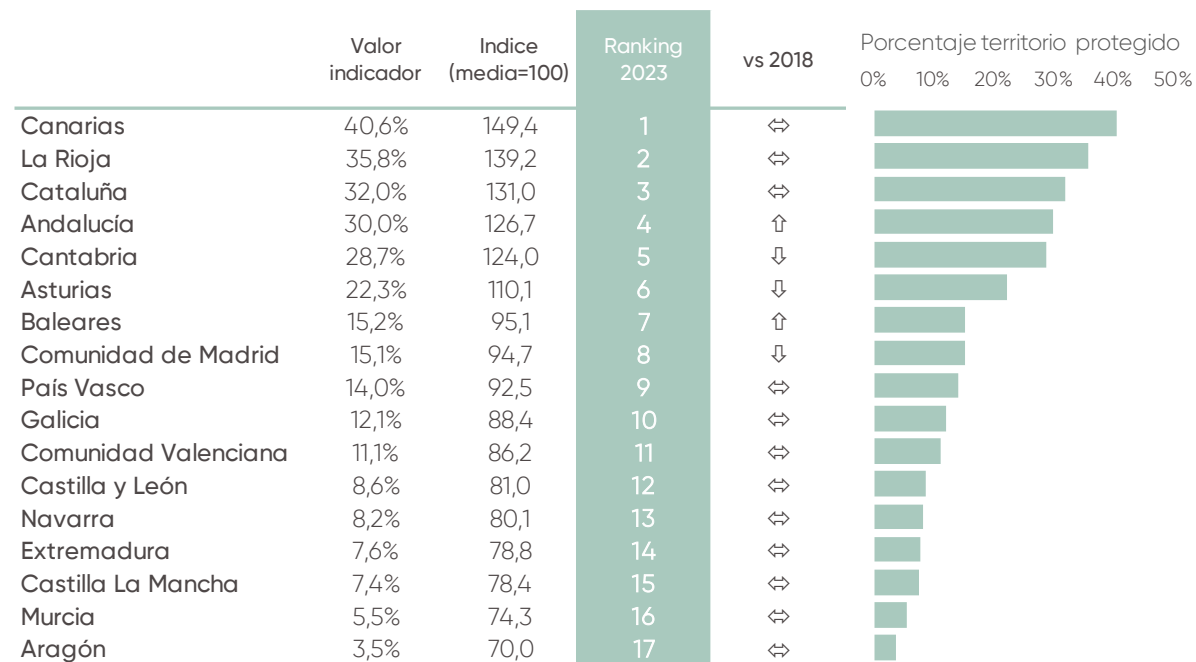


Indicador 3.1.-: Protección del territorio

Objetivo: valorar el compromiso institucional a través de figuras legales de protección territorial como instrumento determinante para preservar un recurso clave de la competitividad turística como es el territorio.

Fuente: Exceltur a partir de los datos de Europarc y del INE. Año 2022.

Descripción: porcentaje de territorio de cada comunidad autónoma protegido como espacio natural por una figura legal, tanto al amparo de la legislación nacional o de una de las diversas desarrolladas por cada comunidad autónoma.



Objetivo del ámbito: Valorar los niveles de densidad urbanística que inciden sobre la competitividad de las comunidades autónomas, especialmente en los destinos cuya atracción está vinculada con el disfrute de los recursos naturales. Este es el caso de aquellos localizados en las franjas costeras, las zonas de montaña y de interior, donde la experiencia turística depende del equilibrio entre la presión humana y la capacidad de acogida del territorio.

La información que se presenta para cada comunidad autónoma en los indicadores que se exponen a continuación es el resultado de la agregación de los datos de los diez municipios no urbanos, con un mayor número de plazas regladas (hoteles, apartamentos, campings y turismo rural) según la información del Instituto Nacional de Estadística.

Para medir la densidad urbanística de cada municipio turístico se parte de los dos elementos que la condicionan y que dan pie a los dos indicadores de este ámbito.

3.2.a. Grado de ocupación del territorio municipal: incorpora el hecho de que cuanto mayor sea la superficie municipal que ya esté construida del total del municipio, los espacios naturales y de esparcimiento para los turistas serán menores y el nivel de despersonalización de los recursos territoriales será mayor, lo que afectará desfavorablemente a su percepción y satisfacción.

3.2.b. Nivel de congestión del territorio municipal ya urbanizado: recoge los distintos efectos que sobre la percepción de masificación del destino tiene el diferente grado de urbanización de la superficie ya ocupada por la edificación en cada municipio. Así, cuanto mayor intensidad edificatoria haya en los espacios urbanos de cada municipio, mayor será la sensación de masificación. Es necesario aclarar que, aun cuando desde el punto de vista de la gestión de los recursos territoriales, los modelos verticales de construcción intensiva son más eficientes, lo cierto es que el efecto sobre la percepción de congestión de la población externa no residente que lo visita es claramente mayor.



Indicador 3.2.a: Grado de ocupación del territorio en los destinos turísticos

Objetivo: aproximar el grado de ocupación del territorio que condiciona su atractivo y, por tanto, sus niveles de competitividad.

Fuente: Exceltur a partir de los datos de Dirección General del Catastro, Diputación Foral de Guipúzcoa y Vizcaya, Riqueza Territorial de Navarra, Encuestas de Ocupación de INE. Año 2022.

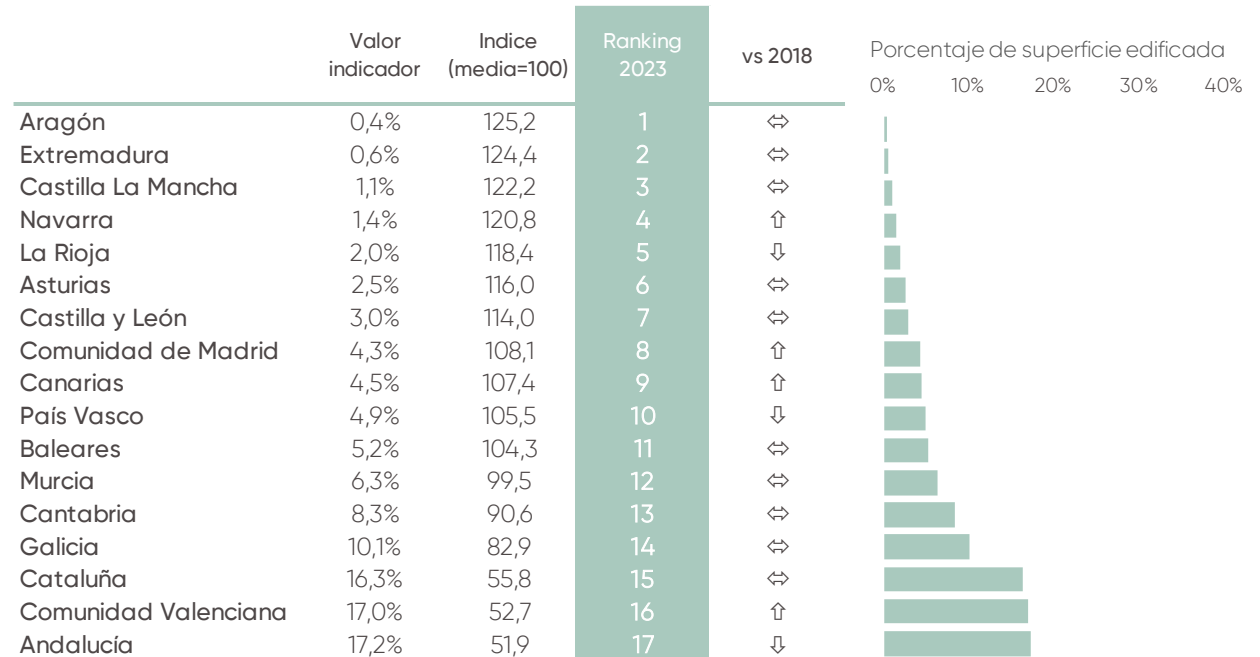
Descripción: porcentaje de superficie edificada sobre el total municipal de los diez municipios más turísticos (no urbanos) de cada comunidad autónoma.

Para su cálculo se utilizan los datos de superficie de parcelas edificadas del Catastro Inmobiliario Urbano de cara a medir el territorio municipal que ya ha sido urbanizado. Su comparación se realiza con los datos de la superficie territorial de cada municipio obtenidos del Instituto Nacional de Estadística, de forma que los valores del indicador se obtienen de:

$$\text{Grado de ocupación del territorio} = (1)/(2)*100$$

(1) Superficie parcelas edificadas en cada municipio turístico según el catastro inmobiliario urbano.

(2) Superficie total de cada municipio turístico según el INE.



Indicador 3.2.b-: Nivel de congestión en los destinos turísticos

Objetivo: aproximar la percepción de masificación del turista respecto al destino asociada al diferente grado de urbanización de la superficie ya ocupada por la edificación en cada municipio

Fuente: Exceltur a partir de Dirección General del Catastro, Diputación Foral de Guipúzcoa y Vizcaya, Riqueza Territorial de Navarra, las Encuestas de Ocupación de alojamientos reglados, Censo de Viviendas 2021 y el padrón de habitantes del INE, visados de fin de obra del Ministerio de Fomento. Año 2022.

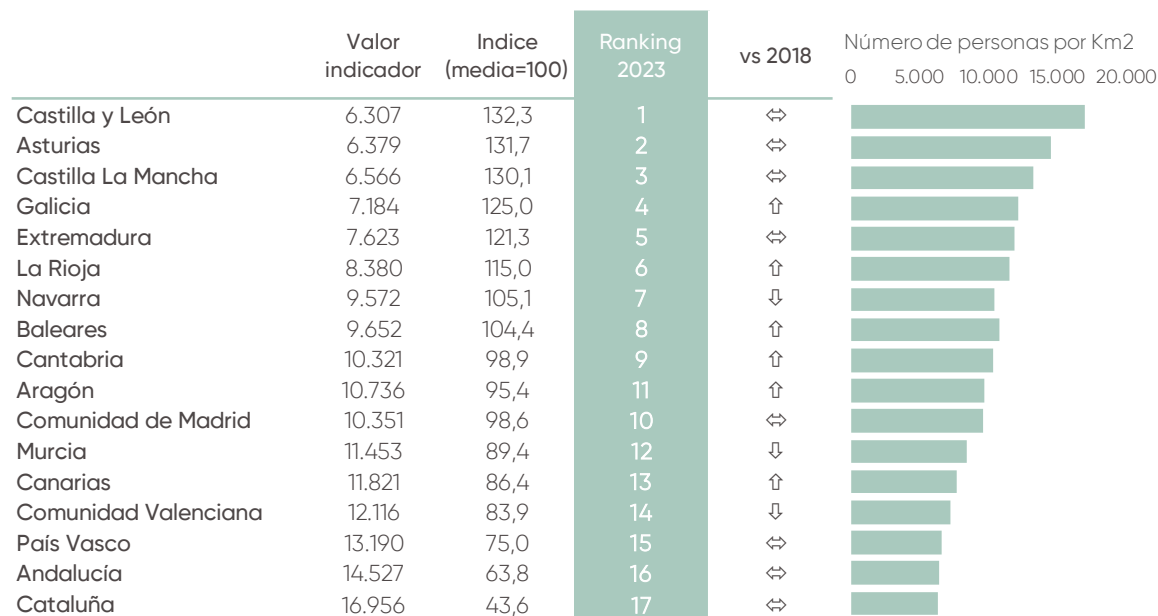
Descripción: presión humana potencial por km² de superficie edificada en los diez municipios turísticos no urbanos más relevantes de cada comunidad autónoma.

El indicador global de la comunidad se calcula agregando los niveles de congestión de estos diez municipios, según la fórmula:

$$\text{Nivel de congestión} = \frac{\text{Presión humana potencial}}{\text{superficie de parcelas edificadas}}$$

Donde la presión humana potencial es la suma de la población residente y la capacidad alojativa turística, tanto reglada como no reglada. Para los 150 municipios analizados, se ha considerado la población real de 2022 y la capacidad de alojamiento turístico, incluyendo hoteles, apartamentos, campings, alojamientos rurales y viviendas secundarias y vacías.

Para actualizar los datos de viviendas secundarias y vacías hasta 2022, se han utilizado los visados de fin de obra del Ministerio de Fomento y se ha asumido una estructura estable del parque de viviendas desde 2021. Se calcula que cada vivienda turística puede albergar en promedio a tres personas.



Indicador 3.3.-: Ordenación del impacto de las viviendas de alquiler turístico

Objetivo: evaluar la adecuación de la regulación autonómica respecto al crecimiento de la oferta de viviendas de uso turístico y sus diversos impactos sobre los ciudadanos, el modelo urbano y turístico, y la economía de cada destino. Dado que el ordenamiento jurídico español otorga a las comunidades autónomas (CC.AA.) un papel clave en la regulación del alojamiento turístico en viviendas, se ha analizado la normativa vigente en mayo de 2023 en las distintas CC.AA. Se ha enfocado en aspectos críticos como: Ordenación del espacio turístico, minimización de externalidades negativas sobre la convivencia vecinal y el acceso a la vivienda, satisfacción de derechos de los consumidores en seguridad, información y calidad del producto, cumplimiento de jurisprudencia en materia de seguridad nacional y fiscalidad, responsabilidad de los operadores online. Se revisaron decretos y leyes de las 17 comunidades autónomas, ampliando y detallando los aspectos analizados para adaptarlos a la situación actual del fenómeno.

Fuente: Exceltur a partir del análisis de la legislación de cada comunidad autónoma. Año 2023.

Descripción: número de criterios cubiertos de las iniciativas autonómicas desarrolladas para hacer frente al fenómeno de conversión de viviendas en alojamientos turísticos en función del actual marco competencial. En concreto valora el trabajo desarrollado en:

A. Condiciones de la vivienda para el turista: Seguridad (cédula de habitabilidad, seguro, extintores, etc.), información (número de registro, precio, características, etc.) y estándares de calidad (equipamiento, climatización, limpieza, WiFi, etc.).

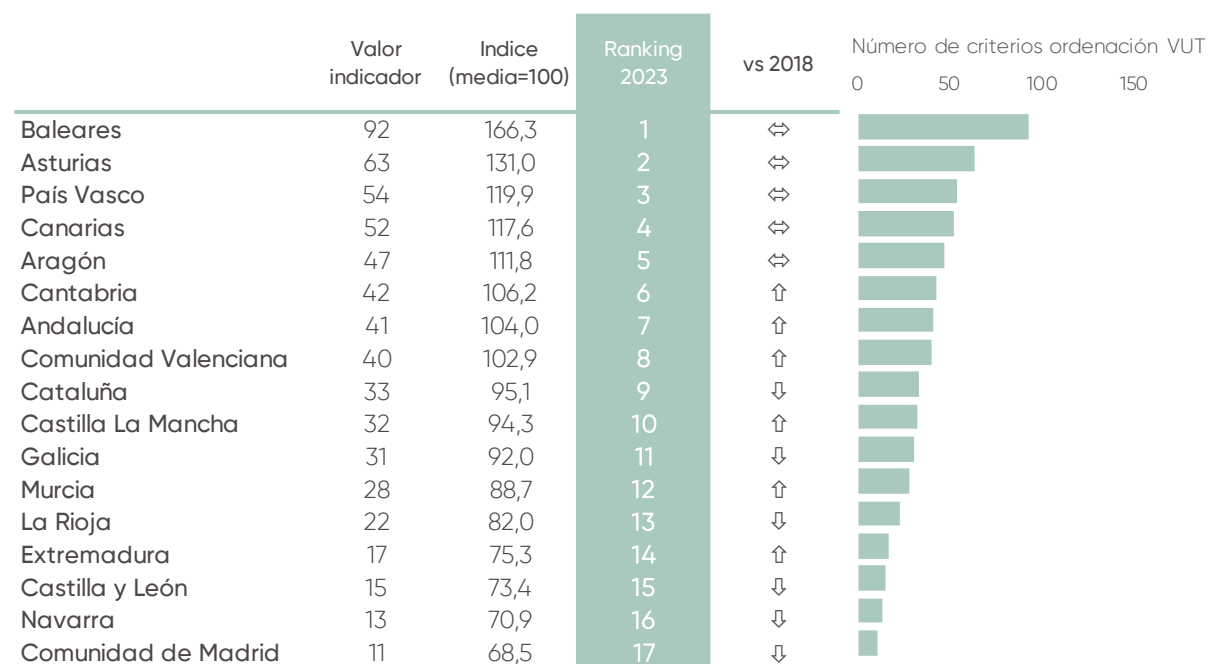
B. Integración en el modelo urbano: Zonas permitidas e intensidades del alojamiento en vivienda turística, derecho temporal de explotación turística, uso residencial previo y prohibición del alquiler de habitaciones sueltas.

C. Convivencia vecinal: Documento que acredite la no prohibición por la Comunidad de vecinos

D. Información de interés nacional: Identificación de huéspedes a cuerpos de seguridad y registro del propietario en la Agencia Tributaria

E. Coordinación interadministrativa: Cumplimiento de normas urbanísticas locales.

F. Inspección y control: Acceso para inspectores y responsabilidad de plataformas online para publicar solo ofertas registradas.

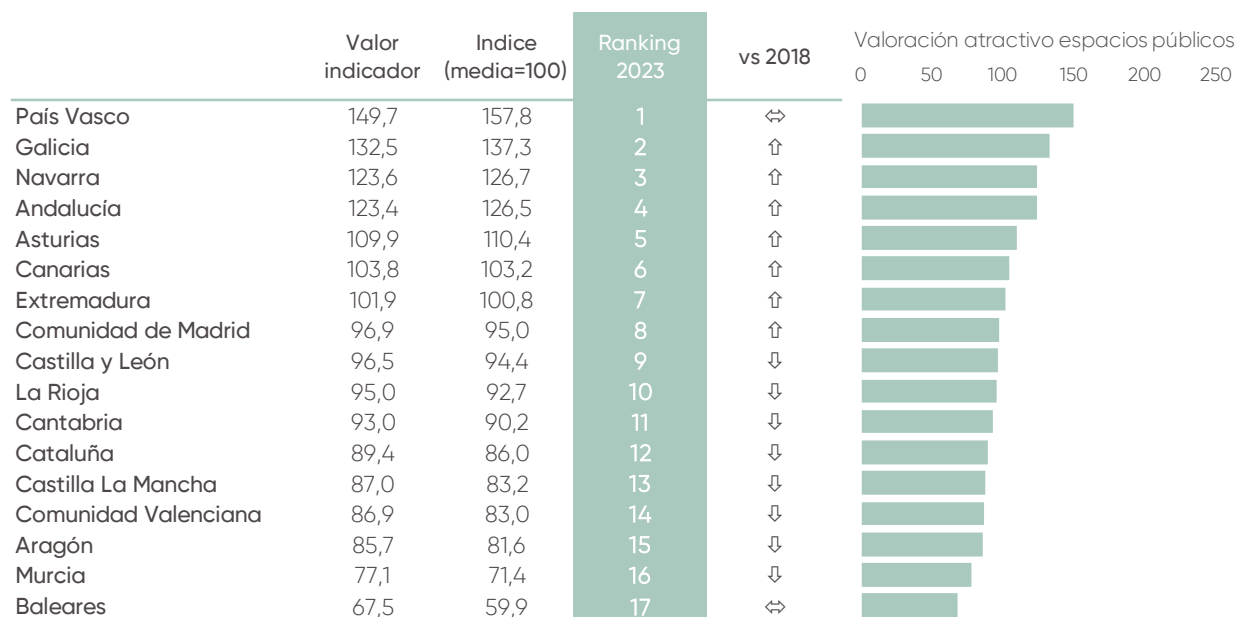


3.4. Atractivo de los espacios públicos

Objetivo: evaluar la incidencia de la escenografía e identidad diferencial de los espacios públicos en la capacidad de atracción, satisfacción del turista y la competitividad de los destinos.

Fuente: Exceltur a partir de la Encuesta de Confianza Turístico Empresarial de EXCELTUR. Año 2023.

Descripción: valoración realizada por los empresarios turísticos de cada comunidad autónoma sobre el atractivo de los espacios públicos. El valor de indicador se calcula como índice, con media 100.



Objetivo del ámbito: evaluar el nivel de compromiso ambiental de cada comunidad autónoma como un elemento clave de consolidación de la competitividad.

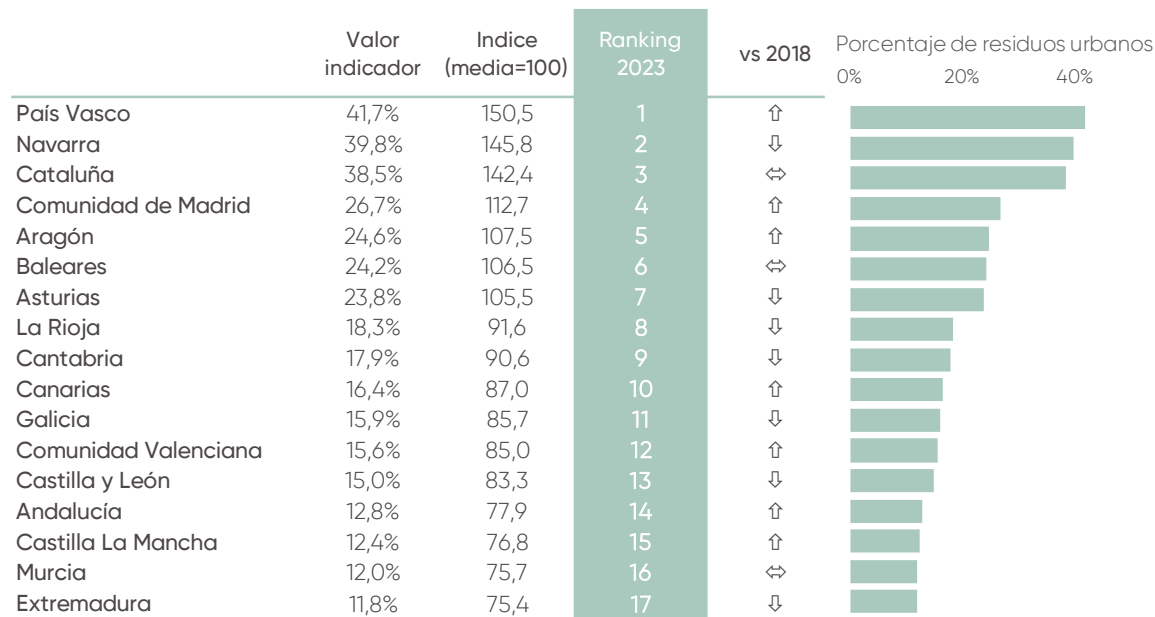
3.5.a. Tratamiento de residuos

Fuente: Exceltur a partir de Estadísticas sobre recogida y tratamiento de residuos (INE). Año 2019.

Descripción: porcentaje de residuos urbanos recogidos de manera separada. El INE considera recogida separada aquella en la que un flujo de residuos se mantiene por separado, según su tipo y naturaleza, para facilitar un tratamiento específico.

Porcentaje de tratamiento de residuos = (1)/(2) *100

(1) Residuos de recogida separada. (2) Total de residuos.



3.5. b. Depuración de agua

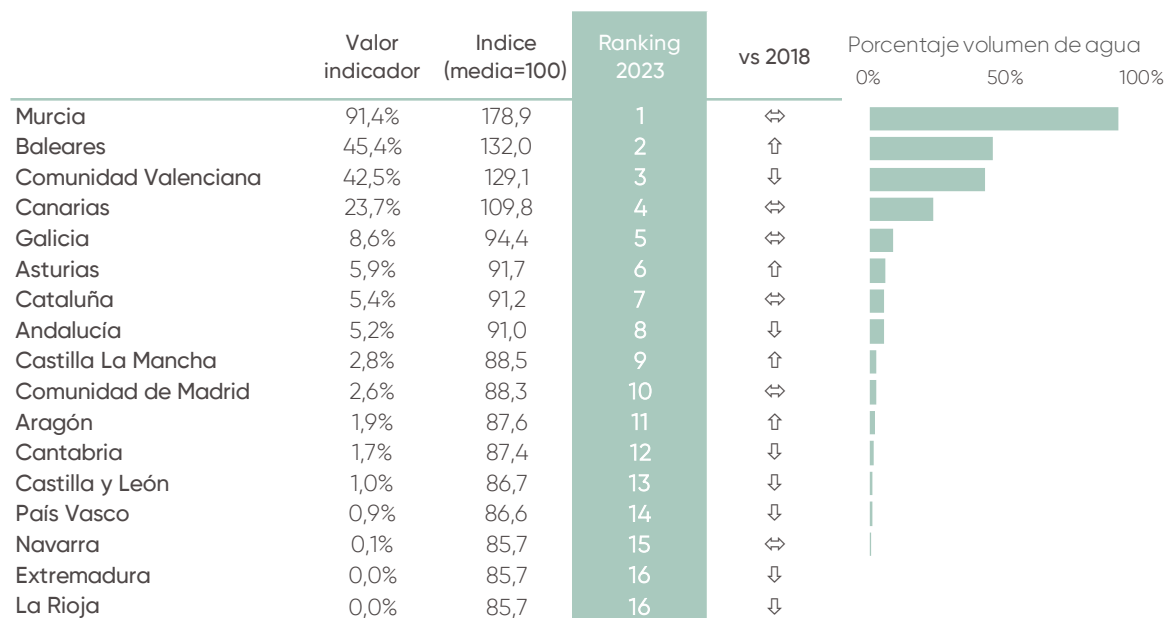
Fuente: Exceltur a partir de Estadística sobre el suministro y saneamiento del agua (INE). Año 2020.

Descripción: porcentaje de volumen de agua reutilizada respecto al total del volumen de aguas residuales tratadas.

Porcentaje de Aguas reutilizadas = (1)/(2) *100

(1) Total de aguas residuales reutilizadas.

(2) Total de aguas residuales tratadas.



3.5.c. Gestión ambiental de las playas

Fuente: Exceltur a partir de datos de Blue Flag. Año 2022.

Descripción: porcentaje de playas de cada comunidad autónoma con franja costera sobre el total de playas. En el cálculo no entran las comunidades de interior.

Para obtener la bandera azul cada playa de cumplir, entre otros, los siguientes requisitos relacionados con la calidad ambiental, que son un reflejo del compromiso por la conservación del litoral:

- Información al público sobre los ecosistemas litorales, espacios naturales sensibles y especies protegidas en esa zona costera.
- Exposición de información actualizada sobre la calidad de las aguas de baño.
- Realización de actividades de información y educación ambiental.
- Cumplimiento de los requisitos y estándares de una calidad excelente de las aguas de baño.
- Ausencia de vertidos industriales, de aguas residuales y de otro tipo de sustancias contaminantes o basuras, que pueden afectar a la playa o a su entorno.
- Medidas de control de la buena salud ambiental de los arrecifes de coral próximos a la playa.
- Cumplimentar los requisitos establecidos para el tratamiento y posterior vertido de las aguas residuales urbanas.
- Constitución de un Comité de Gestión de la Playa, que sea responsable de la puesta en marcha y seguimiento de los métodos y actividades de gestión ambiental de la playa y del desarrollo de inspecciones o auditorías ambientales de las instalaciones de la playa.
- El municipio debe contar con un plan de desarrollo y ordenación del territorio para su zona litoral. Tanto este plan, como las actividades que el municipio desarrolle en dicha zona, deben respetar la normativa vigente en materia de ordenación del territorio y protección del litoral.
- Cumplimiento de la normativa, (legislación ambiental y planificación u ordenación de la zona litoral) aplicable al espacio físico de la playa y a las actividades desarrolladas en ella.
- Correcta instalación, mantenimiento y vaciado regular de papeleras y contenedores.
- Existencia en la playa o su entorno de contenedores o infraestructuras para la recogida selectiva de residuos.
- Existencia de sanitarios adecuados y limpios, sin vertidos incontrolados o ilegales de sus aguas residuales.

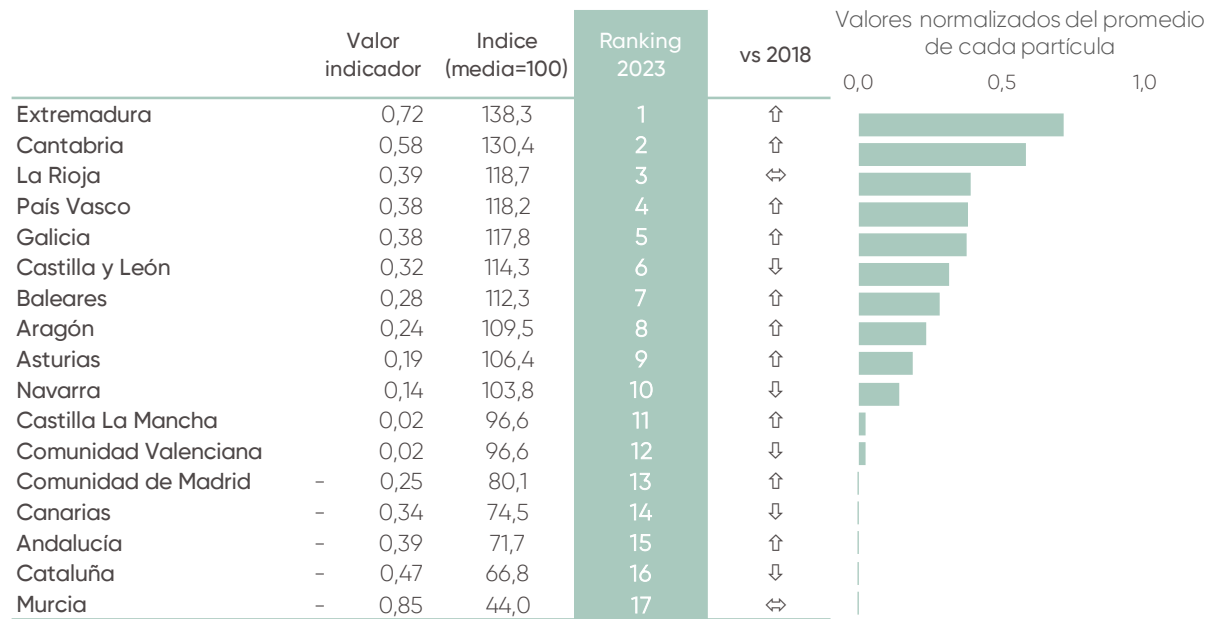
	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Porcentaje de playas 0% 50%
Comunidad Valenciana	42,4%	153,7	1	↔	
Andalucía	30,7%	129,2	2	↑	
Cataluña	23,3%	113,8	3	↓	
Cantabria	14,3%	95,0	4	↔	
Murcia	13,6%	93,7	5	↑	
Galicia	13,3%	92,9	6	↓	
Canarias	9,3%	84,7	7	↑	
Baleares	8,4%	82,8	8	↓	
Asturias	6,9%	79,7	9	↑	
País Vasco	4,5%	74,6	10	↓	
Aragón	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Castilla La Mancha	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Castilla y León	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Extremadura	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Comunidad de Madrid	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Navarra	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
La Rioja	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	



3.5.d. Calidad del aire

Fuente: Exceltur a partir de datos de Ecologistas en Acción. Año 2022.

Descripción: promedio de los valores normalizados de cada partícula que perjudican la calidad del aire, como son las partículas menores de 10 micras y de 2,5 micras (PM10 y PM 2,5), dióxido de nitrógeno (NO2), ozono (O3) y dióxido de azufre (SO2), para cada comunidad autónoma.



Objetivos del ámbito: Más allá de los productos y experiencias turísticas que son los que determinan fundamentalmente la elección de un destino existen un conjunto de elementos tangibles e intangibles que, sin ser puramente turísticos, sí pueden afectar a esa decisión, en la medida en que confieren una mayor o menor confianza al turista ante cualquier imprevisto que pudiera surgir en su viaje.

Dos de los principales que pueden condicionar la decisión de optar por un destino, son el acceso a unos servicios sanitarios de calidad ante cualquier eventual necesidad médica y el poder disfrutar de unos altos niveles de seguridad ciudadana.

A continuación, se explicita cada uno de los indicadores que valoran los servicios soporte principales para la confianza del turista y su forma de cálculo.

Indicador 3.6.a.-: Dotación de servicios sanitarios

Fuente: Exceltur a partir del Ministerio de Sanidad, Padrón de habitantes, FRONTUR y ETR del INE. Suficiencia de médicos año 2022. Suficiencia de plazas año 2019.

Descripción: número de profesionales de la medicina que trabajan en el Sistema Nacional de Salud en Atención Primaria, Atención Hospitalaria, Servicios de urgencias y emergencias y especializas en formación, así como el número de plazas de plazas sanitarias por cada 1.000 personas, entendiendo por tales tanto a los residentes como a los turistas nacionales y extranjeros en el mes del año en que la demanda de los mismos es máxima.

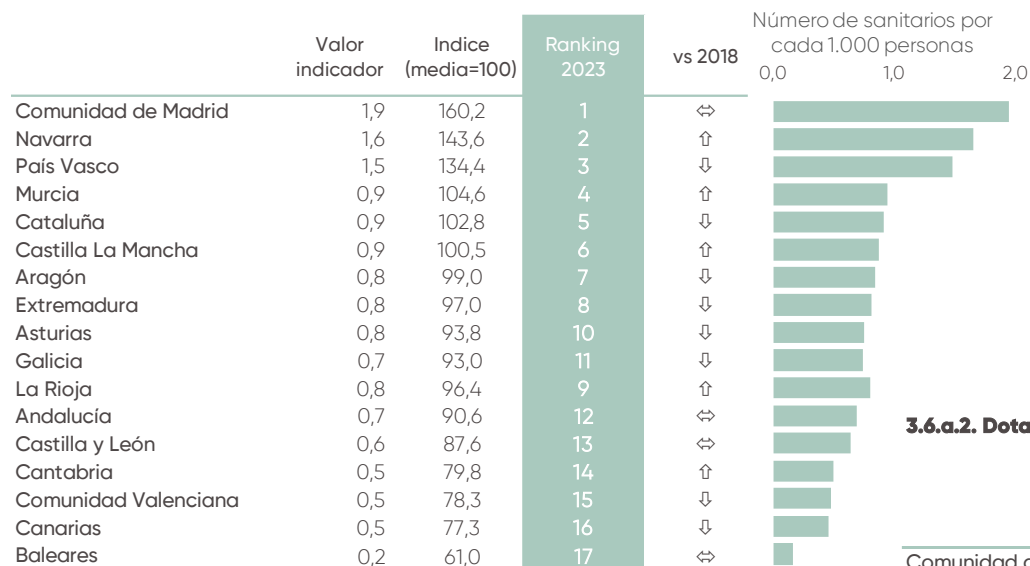
Con lo cual, este indicador se divide en dos:

3.6.a.1. Suficiencia de Médicos

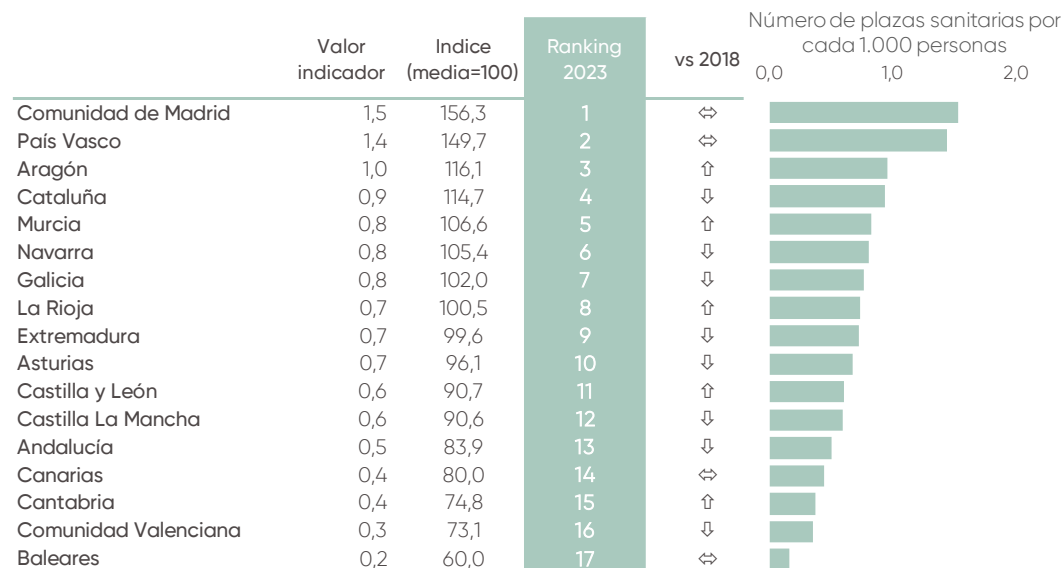
3.6.a.2. Suficiencia de Plazas



3.6.a.1. Dotación de servicios sanitarios; Suficiencia de Médicos



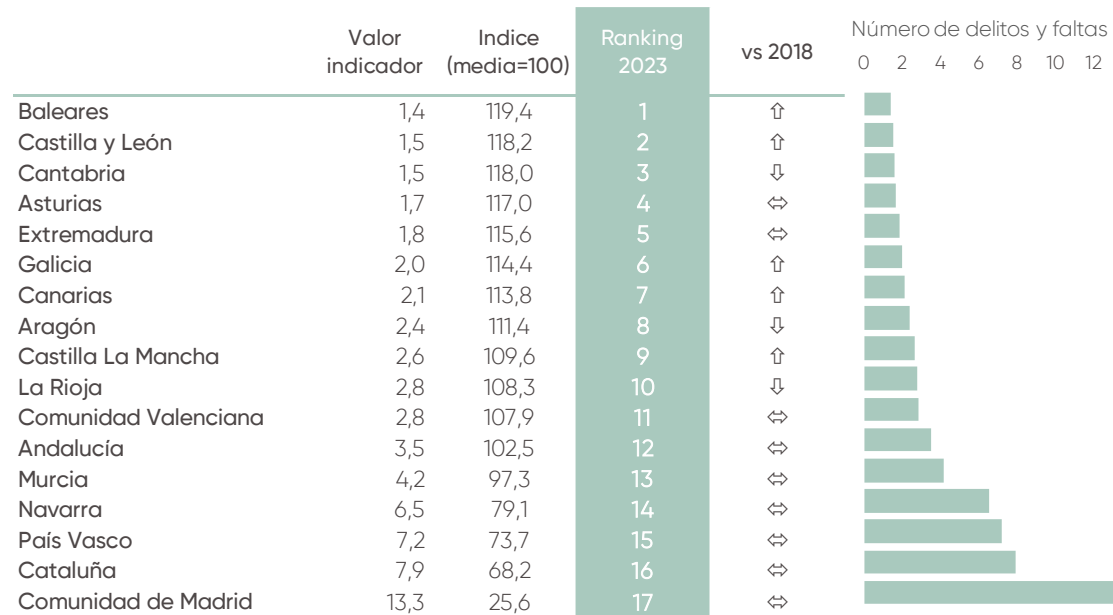
3.6.a.2. Dotación de servicios sanitarios; Suficiencia de Plazas



Indicador 3.6.b: Niveles de seguridad

Fuente: Exceltur a partir del Ministerio de Interior, Padrón de habitantes, Frontur y ETR del INE. Año 2022.

Descripción: números de delitos y faltas correspondientes a las categorías de hurtos, daños, sustracción de vehículos a motor, robos con fuerza, robos con violencia e intimidación y homicidios consumado, que representan el grado de inseguridad real y percibida por el turista, proporcionado por Ministerio de Interior, relacionados con el conjunto de la población, esto es, tanto la residente como la turística.



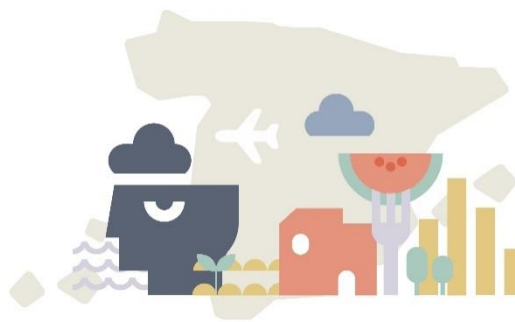


RANKING AGREGADO

PILAR 3.

Ordenación y
condicionantes
competitivos del espacio
turístico

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
Asturias	1	112,9	↑
País Vasco	2	112,6	↔
Canarias	3	108,7	↑
La Rioja	4	105,4	↓
Galicia	5	104,2	↑
Baleares	6	104,0	↑
Cantabria	7	102,3	↑
Navarra	8	100,7	↓
Andalucía	9	100,4	↑
Aragón	10	97,5	↑
Extremadura	11	97,4	↑
Castilla La Mancha	12	95,3	↑
Castilla y León	13	95,1	↓
Cataluña	14	92,3	↓
Comunidad Valenciana	15	91,4	↓
Comunidad de Madrid	16	91,2	↓
Murcia	17	88,1	↔



PILAR 4. Diversificación y categorización de productos turísticos

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

4.1. Gestión integral de la oferta por clubs de producto

4.2. Diversificación de la oferta de productos

4.2.a. Turismo de playa

4.2.a.1. Puesta en valor de las playas con equipamientos

4.2.a.2. Playas con calidad certificada

4.2.a.3. Superficie artificial en el litoral

4.2.b. Turismo cultural

4.2.b.1. Bienes Patrimonio de la Humanidad

4.2.b.2. Bienes de Interés Cultural

4.2.b.3. Número de visitantes a museos

4.2.c. Turismo de reuniones

4.2.c.1. Impacto económico asociado a los viajes de los españoles por turismo de negocio

4.2.c.2. Impacto económico vinculado a la asistencia de la demanda extranjera por motivos de negocio

4.2.d. Turismo de naturaleza

4.2.d.1. Puesta en valor de los parques naturales

4.2.d.2. Desarrollo de vías verdes

4.2.d.3. Dotación de senderos homologados

4.2.e. Turismo de golf

4.2.f. Turismo de cruceros

4.2.g. Turismo náutico

4.2.h. Turismo de nieve

4.2.i. Turismo termal



- 4.2.j. Turismo idiomático**
- 4.2.k. Turismo gastronómico**
- 4.2.l. Turismo rural**
 - 4.2.l.1. Dotación de plazas en alojamientos de turismo rural**
 - 4.2.l.2. Demanda efectiva en alojamiento de turismo rural**
- 4.2.m. Turismo enológico**
 - 4.2.m.1. Dotación de bodegas en Rutas del Vino**
 - 4.2.m.2. Impacto económico de visitantes en bodegas Rutas del vino**
- 4.2.n. Turismo de shopping**
- 4.3. Cualificación de la oferta de alojamiento y restauración**
 - 4.3.a. Apuesta por la oferta reglada**
 - 4.3.b. Presencia de hoteles de categoría**
 - 4.3.c. Calidad de la restauración**



Indicador 4.1.-: Gestión integral de la oferta por clubs de producto

Objetivo: recoger el esfuerzo realizado por la comunidad autónoma en la creación de productos turísticos a través de la integración en clubes/clúster o líneas de producto de todos aquellos agentes públicos y, sobre todo, de las empresas privadas que intervienen en la satisfacción de una determinada motivación del viaje (cultural, naturaleza, golf, gastronómico, de compras, de negocios, de aprendizaje, ...).

Fuente: Exceltur a partir de la información de herramientas de gestión de la oferta de cada comunidad autónoma. Año 2023.

Descripción: número de criterios cumplidos por las iniciativas de clubs/clusters de productos turísticos impulsados por las diferentes comunidades autónomas.

La valoración de cada club exige el cumplimiento de las tres siguientes condiciones:

- i) Tener una motivación clara.
- ii) Integrar diversos subsectores/empresas que conformen la cadena de valor del producto turístico.
- iii) Estar accesible para el turista a través del portal institucional de turismo de la CCAA.

Para cada club que cumple las mencionadas condiciones de computa el número de condiciones satisfechas de las siguientes:

1. Unidad de gestión diferenciada.
2. Unidad de gestión con personalidad jurídica propia.
3. Participación económica del sector privado.
4. Realización de estudios e investigaciones de mercado.
5. Acciones propias de promoción y marketing.
6. Programas específicos de formación.
7. Ofrecimiento de precios para los servicios integrados.

El indicador se construye sumando los criterios cumplidos por cada club de producto.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de criterios 0 10 20
Murcia	24	133,1	1	↑	20
Cataluña	24	133,1	1	↔	20
Comunidad Valenciana	21	125,0	3	↓	18
País Vasco	20	122,3	4	↓	17
La Rioja	19	119,6	5	↑	16
Baleares	18	116,9	6	↑	15
Asturias	17	114,1	7	↑	14
Extremadura	15	108,7	8	↓	12
Comunidad de Madrid	15	108,7	8	↑	12
Aragón	14	106,0	10	↓	11
Cantabria	10	95,2	11	↔	10
Castilla La Mancha	3	76,3	12	↓	3
Navarra	0	68,2	13	↓	0
Galicia	0	68,2	13	↓	0
Andalucía	0	68,2	13	↓	0
Canarias	0	68,2	13	↓	0
Castilla y León	0	68,2	13	↓	0



Objetivo y descripción del ámbito: Los productos contemplados son los siguientes: turismo de playa, cultural, de reuniones, naturaleza, de golf, de cruceros, náutico, de esquí, termal, idiomático, gastronómico, rural, enoturismo y turismo de "Shopping".

Para cada uno de ellos se ha tratado de medir tanto los recursos disponibles sobre los que se sustenta cada línea de producto como sus niveles de valorización de cara a su explotación.

A continuación, se desarrolla la ficha de los indicadores de oferta y demanda estudiados para cada recurso/producto turístico.

Los resultados para cada CCAA se han obtenido de la agregación de la posición alcanzada en cada recurso disponible en su territorio. Esto significa que en aquellas comunidades donde por razones geográficas u orográficas no se dispone de un recurso en cuestión (playas, montaña, etc.) no se han tenido en cuenta para calcular los resultados agregados en este pilar.

Indicador 4.2.a. -: Turismo de playa

Objetivo: evaluar la apuesta de la comunidad por la puesta en valor de las playas como recurso turístico.

Descripción: se ha identificado como recurso turístico valorizado aquellas playas que dispongan de equipamientos que permiten y mejoran su disfrute, aquellas con la marca Q de calidad turística española que gestiona el ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española), y aquellas con menor nivel de saturación percibida en las mismas por la preservación de la superficie natural en sus primeros 500 metros de franja litoral.

Con lo cual, este indicador se divide en tres:

4.2.a.1. Puesta en valor de las playas con equipamientos

4.2.a.2. Playas con calidad certificada

4.2.a.3. Superficie artificial en el litoral



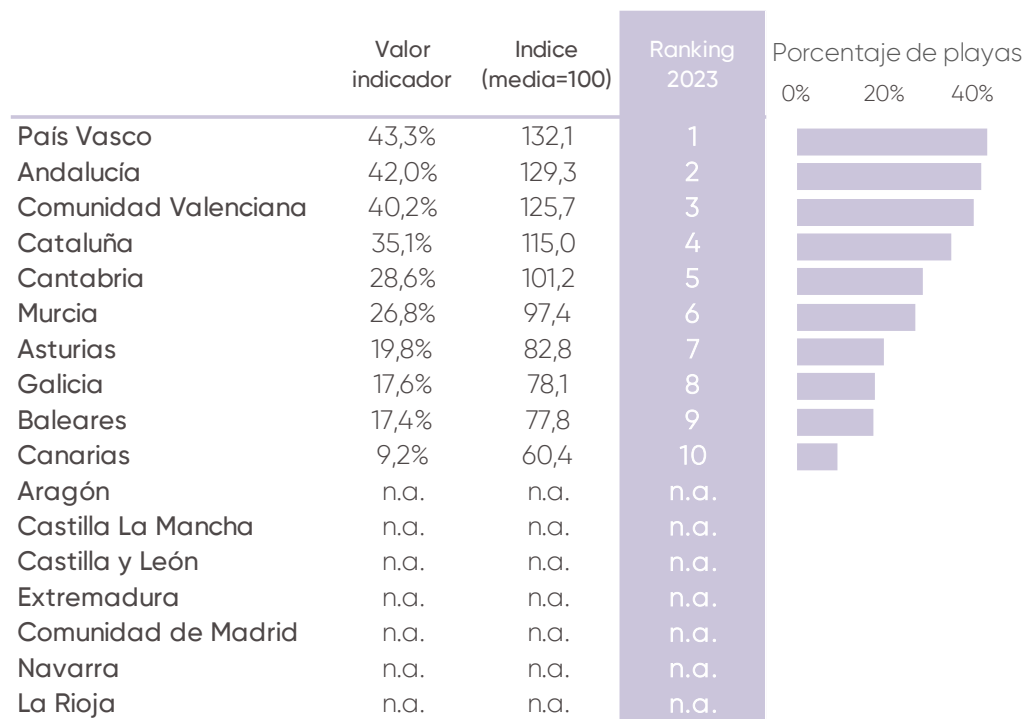
4.2.a.1. Puesta en valor de las playas con equipamientos

Objetivo: evaluar como recurso turístico valorizado aquellas playas que disponen de equipamientos que permiten y mejoran su disfrute.

Fuente: Exceltur a partir de Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Año 2018.

Descripción: El indicador se construye como porcentaje de playas de cada comunidad autónoma dotadas de los siguientes equipamientos:

- Aseos
- Aparcamiento
- Acceso minusválido
- Servicio de limpieza

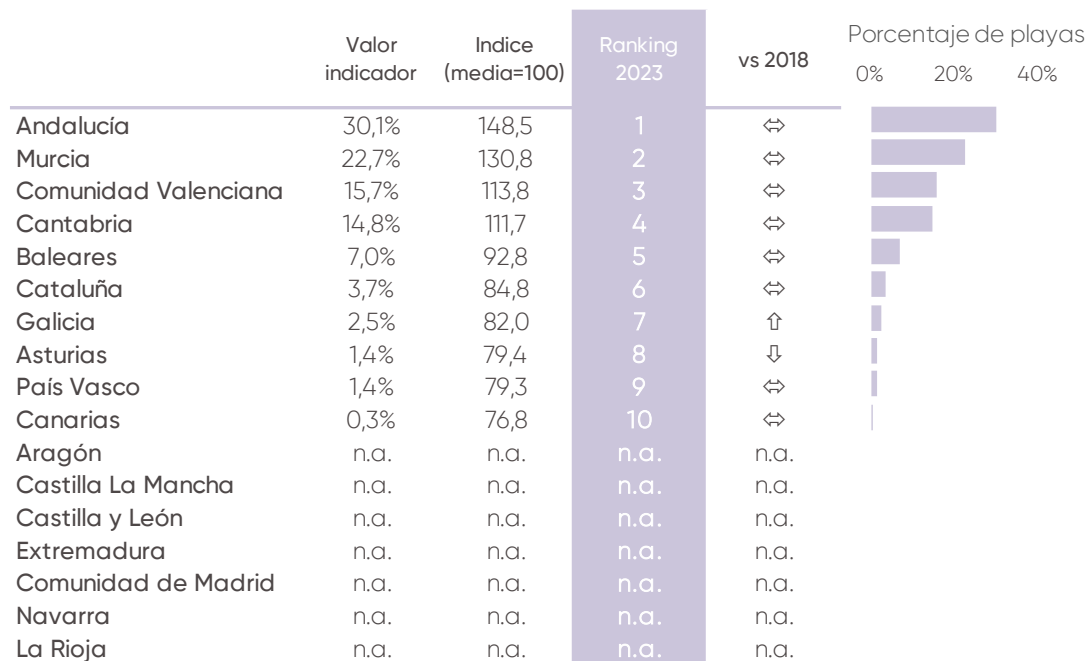


4.2.a.2. Playas con calidad certificada

Objetivo: recoger el número de playas con la bandera Q de calidad turística que otorga el ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española) como otro de los aspectos relacionados con el compromiso de puesta en valor de las playas en las comunidades autónomas.

Fuente: Exceltur a partir de ICTE (Instituto para la Calidad Turística) y Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Año 2023.

Descripción: el subindicador está construido como el porcentaje de playas con bandera Q de calidad turística sobre el número total de playas de la comunidad. La Q de calidad turística otorgadas a las playas asegura que las mismas cumplen estrictos requisitos vinculados en el ámbito de dirección, seguridad, salvamento y primeros auxilios, información, limpieza y recogida de residuos, mantenimiento de instalaciones y equipamientos, accesos, servicios higiénicos y ocio. El indicador se construye como porcentaje de playas con estos equipamientos respecto al número de playas totales de la comunidad.



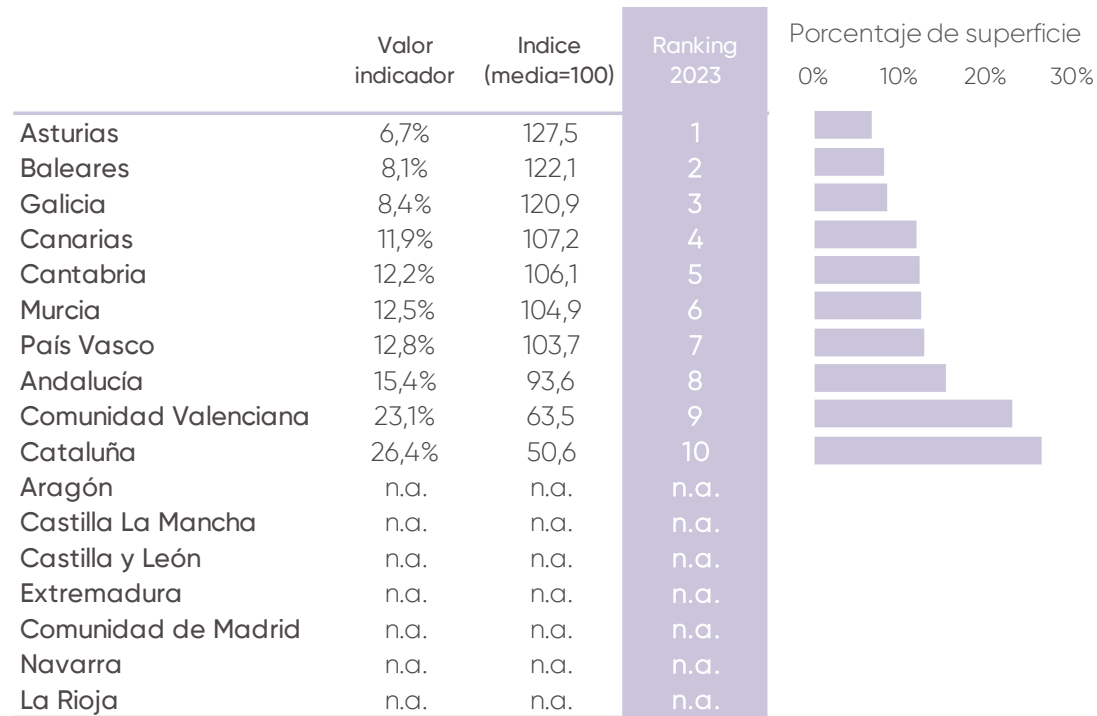
4.2.a.3. Superficie artificial en el litoral

Objetivo: valorar el compromiso de conservación de sus espacios naturales y la apuesta del litoral como recurso sostenible para su mayor disfrute y atractivo turístico.

Fuente: Greenpeace a partir de Corine Land Cover. Año 2018.

Descripción: recoge el porcentaje de superficie artificial en el litoral respecto a la superficie total en la franja de los primeros 10 Km.

Esta información es elaborada por Greenpeace en base a las imágenes de satélite procesadas por el Instituto Geográfico Nacional (IGN), a partir de la base de datos de ocupación del suelo a escala 1:100.000, generada en el proyecto europeo Corine Land Cover.



Indicador 4.2.b.-: Turismo cultural

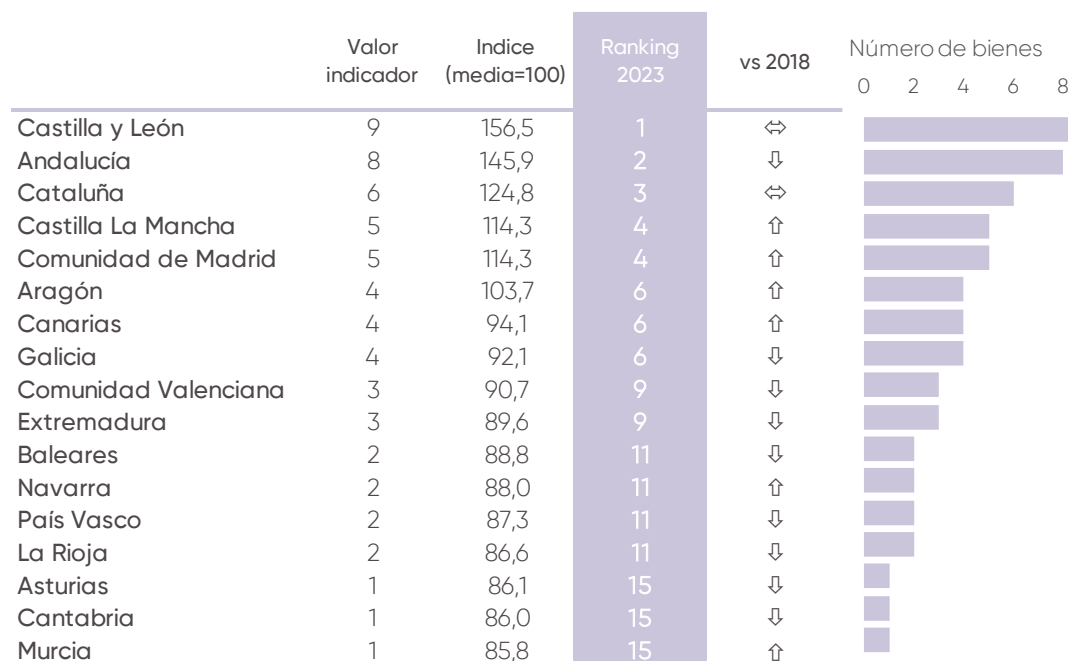
Objetivo: recoger los resultados obtenidos por la comunidad en el ámbito del turismo cultural, a través de sus principales recursos, como principal reclamo lúdico del deseo de viajar sobre todo en zonas del interior y destinos urbanos, así como enriquecedor de la oferta más convencional en los destinos de sol y playa

Descripción: para la construcción del indicador, se ha seleccionado el número de Bienes Patrimonio Históricos de la Humanidad y los Bienes de Interés Cultural en cada comunidad, en la medida en que, para calificarlos como tales, las instituciones públicas han debido preparar una información exhaustiva sobre su valor diferencial, además certificar su valor como recurso cultural. Para aproximar la puesta en valor de la oferta cultural de las comunidades el indicador de Turismo Cultural también contempla el número de visitantes a museos.

4.2.b.1. Bienes Patrimonio de la Humanidad

Fuente: Exceltur a partir del Centro de Patrimonio Mundial (UNESCO). Año 2023.

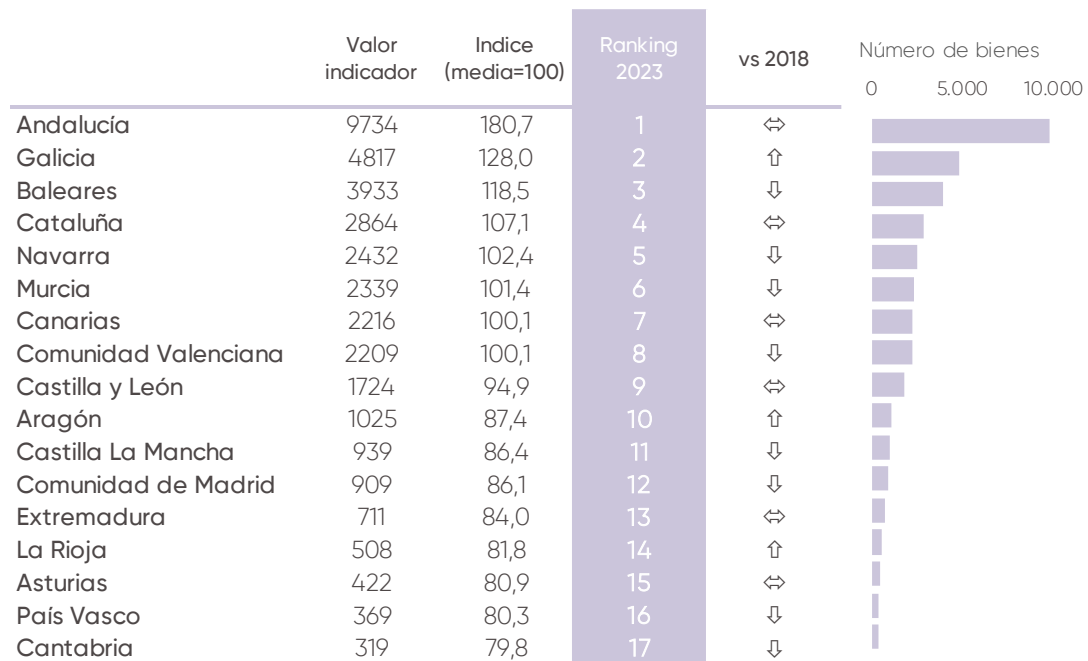
Descripción: número de bienes declarados Patrimonio de la Humanidad en cada comunidad autónoma.



4.2.b.2. Bienes de Interés Cultural

Fuente: Exceltur a partir del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Año 2022.

Descripción: número de bienes muebles e inmuebles declarados como Bienes de Interés Cultural en cada comunidad autónoma.

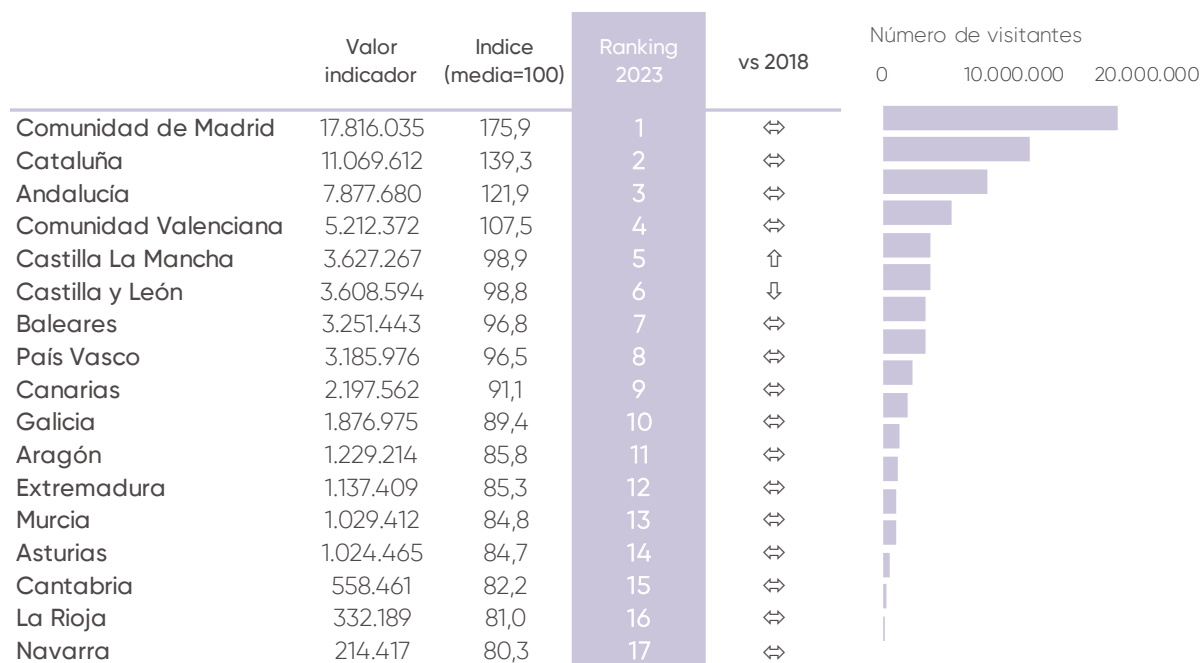


4.2.b.3. Número de visitantes a museos

Objetivo: evaluar el grado de utilización y por lo tanto la puesta en valor de uno de los recursos principales del patrimonio cultural de las comunidades autónomas.

Fuente: Estadística de Museos y Colecciones Museográficas (Ministerio de Cultura). Año 2022.

Descripción: número de visitantes de Museos y Colecciones Museográficas por comunidad autónoma.



Indicador 4. 2.c.-: Turismo de reuniones

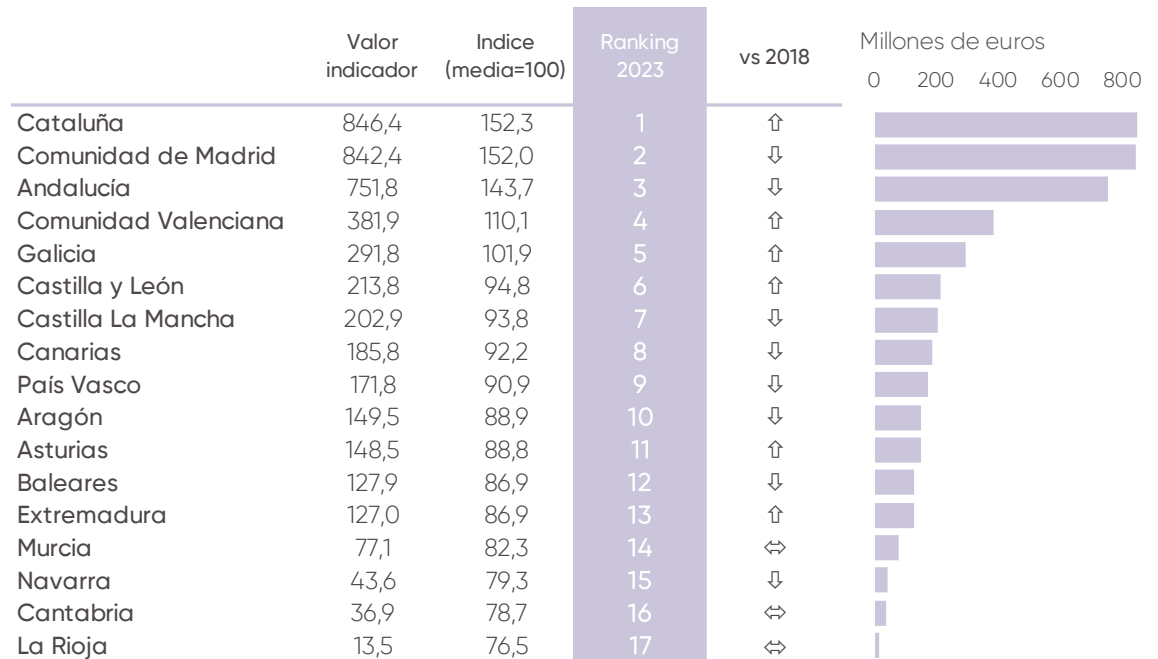
Objetivo: evaluar el atractivo desarrollado por la comunidad de generación viajes de negocios derivada de la actividad económica y el atractivo de las empresas localizadas en sus principales ciudades, así como para la celebración de ferias profesionales, reuniones y congresos, como una de las actividades turística de generación de mayor impacto económico sobre el tejido productivo localizado en su territorio.

4.2.c.1. Impacto económico asociado a los viajes de los españoles por turismo de negocio

Fuente: Encuesta de Turismo de Residentes (INE). Año 2022.

Descripción: gasto asociado a los viajes realizados por españoles por motivo de negocio, esto es, según el INE "los viajes realizados para atender actividades de trabajo o negocios distintas al desempeño de un empleo remunerado en una empresa residente en el lugar visitado". Esta definición incluye las siguientes categorías:

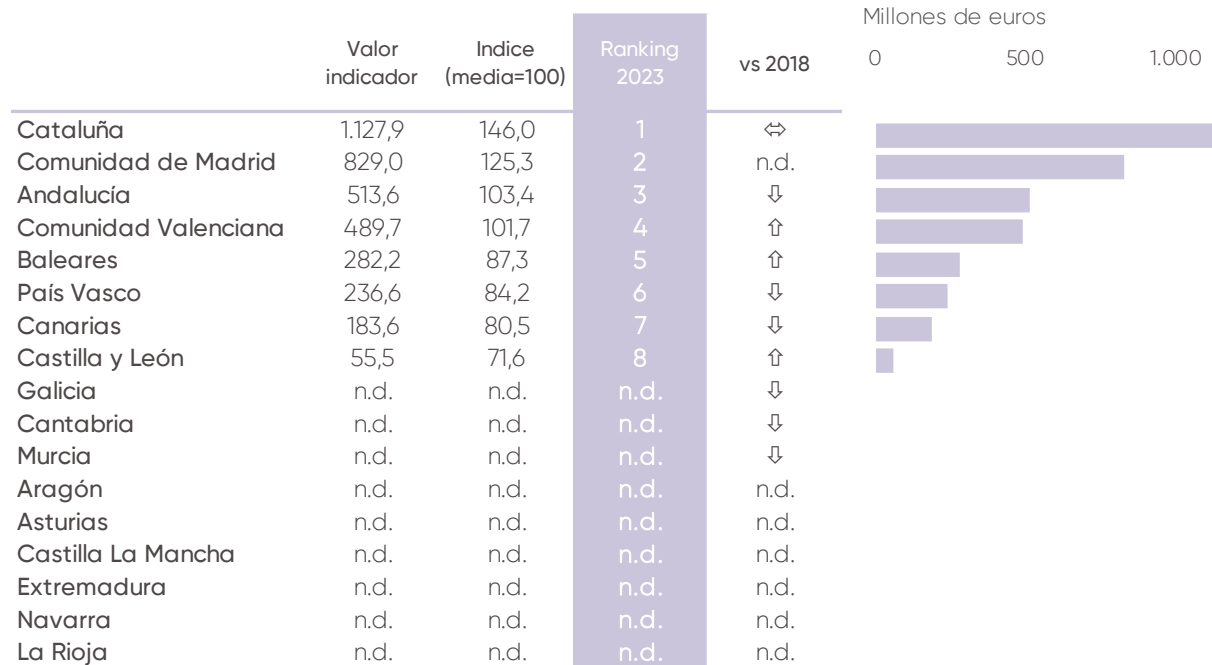
- Congresos, ferias y convenciones.
- Desplazamientos al centro de trabajo.
- Otros motivos profesionales.



4.2.c.2. Impacto económico vinculado a la asistencia de la demanda extranjera a ferias, congresos y convenciones

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico (INE). Año 2022.

Descripción: gasto en destino de los turistas extranjeros eliminando el coste del transporte internacional, en sus desplazamientos para asistir a ferias, congresos y convenciones.



Indicador 4.2.d.-: Turismo de naturaleza

Objetivo: evaluar la apuesta por fomentar, promover y facilitar el uso turístico de los recursos de naturaleza en cada comunidad, por su capacidad para impulsar la desestacionalización de la demanda, la diversificación territorial de la misma y su relevante papel como fuente de efectos multiplicadores socioeconómicos inducidos de gran importancia para las zonas rurales.

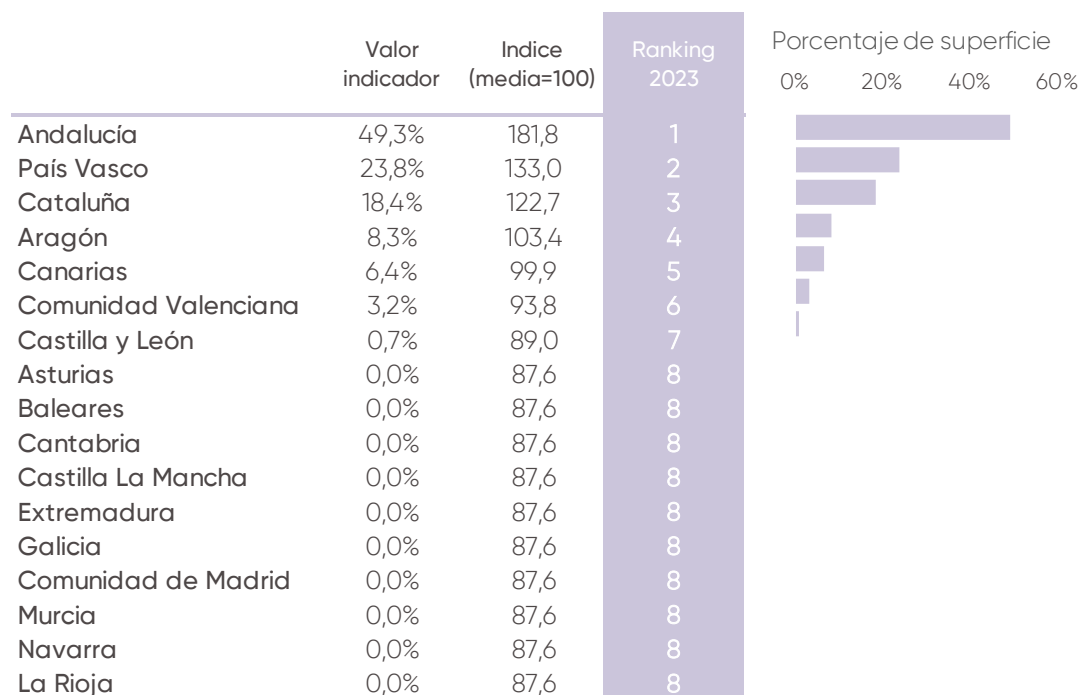
4.2.d.1. Puesta en valor de los parques naturales

Objetivo: evaluar la valorización turística de los parques naturales que gestiona cada comunidad autónoma, que se deriva de la ordenación de la oferta y demanda de actividades permitidas en los mismos. Dicha ordenación se realiza normalmente a través del Plan de Uso Público como instrumento que regula el disfrute ordenado de los recursos naturales de los espacios protegidos, de manera que se garantice su conservación.

Fuente: EXCELTUR a partir de EUROPARC. Año 2022.

Descripción: porcentaje de superficie de los espacios naturales protegidos de cada comunidad con planes de uso público vigentes en 2022, sobre la superficie total protegida.

La información se ha obtenido de la base de datos de Europarc a partir de la superficie de espacios naturales protegidos con plan o programa de uso público aprobado en cada comunidad autónoma y de las superficies territoriales consideradas espacios naturales protegidos según las figuras de protección señaladas en la ficha correspondiente al Indicador de Protección del Territorio (pilar de Condicionantes de los Espacios Turísticos).

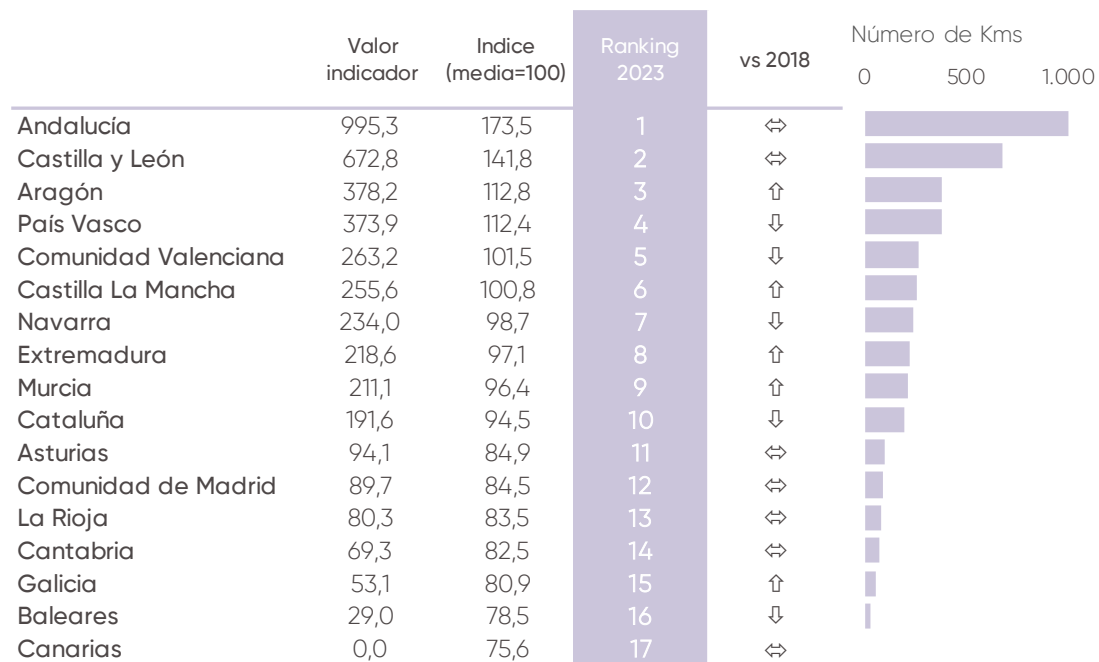


4.2.d.2. Desarrollo de vías verdes

Objetivo: valorar el aprovechamiento y acondicionamiento de los antiguos trazados ferroviarios para su uso y disfrute por caminantes, personas con movilidad reducida y cicloturistas (Vías Verdes).

Fuente: Exceltur a partir Programa Vías Verdes. Año 2023.

Descripción: número kilómetros de rutas de vías verdes de la base de datos de las vías verdes por comunidades autónomas a noviembre de 2023, considerando exclusivamente aquellas que están acondicionadas (existen también vías verdes transitables sin acondicionar).



4.2.d.3. Dotación de senderos homologados

Objetivo: valorar la apuesta y mantenimiento de una red de senderos homologados, que garantice la seguridad de estos de manera homogénea no sólo en el territorio nacional, sino también a nivel europeo por los aficionados al senderismo y el montañismo, que se asocian al disfrute de la naturaleza.

Fuente: Exceltur a partir de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (FEDME). Año 2023.

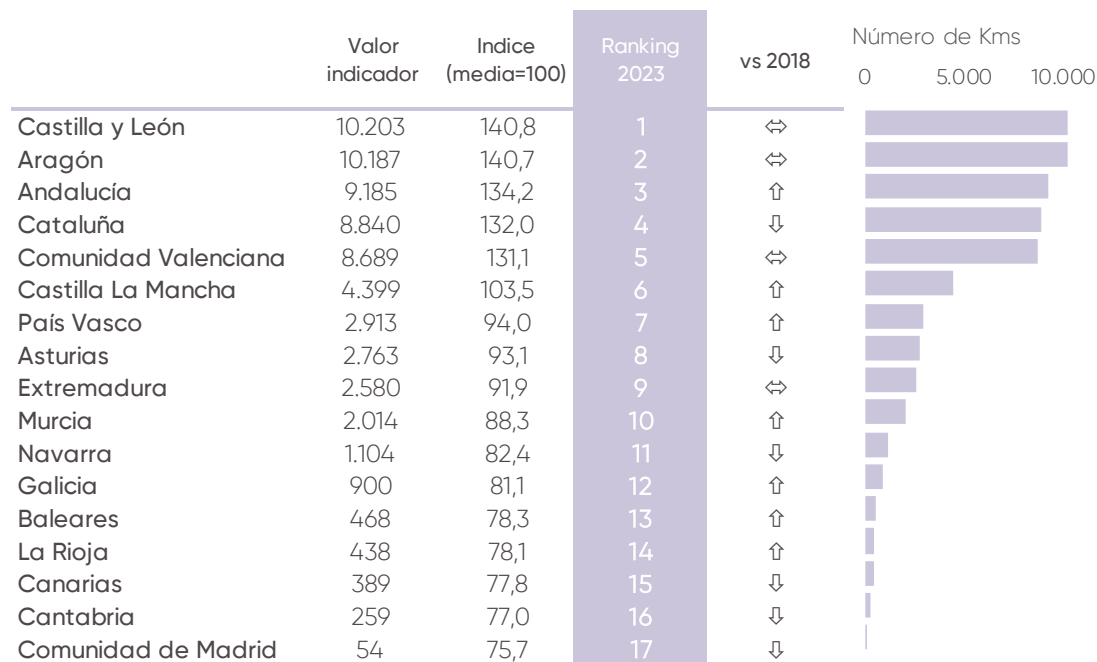
Descripción: número de kilómetro de senderos de Gran Recorrido, Pequeño Recorrido y Sendas Locales.

Tres son las categorías de senderos que cubren las diferentes demandas en función de la tipología del turista de naturaleza y que en este sentido son complementarios y cubren los diferentes niveles de demanda:

GRs (Gran Recorrido): proponen recorridos de una longitud mínima de 50 km y con una notable exigencia física.

PRs (Pequeño Recorrido): proponen recorridos con menor exigencia física, con una longitud máxima de 50 km y que se pueden recorrer en su totalidad o parte del mismo en una jornada.

SLs (Senderos Locales): de corto itinerario (máximo 10 km), nula dificultad técnica y escasa exigencia física.

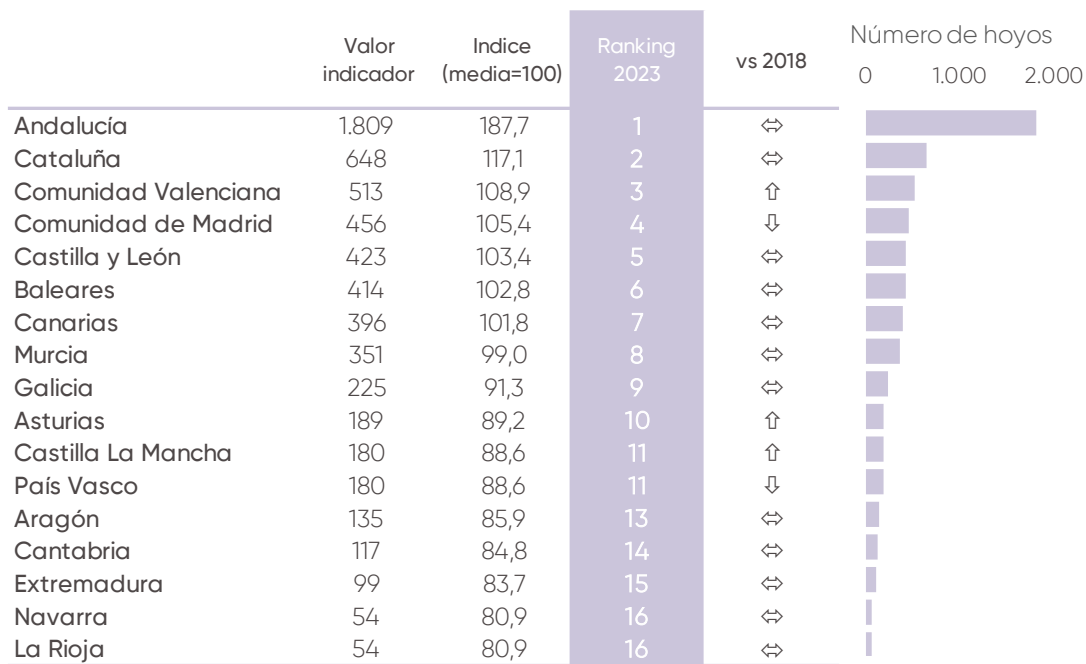


Indicador 4.2.e.-: Turismo de golf

Objetivo: evaluar el posicionamiento de cada comunidad en turismo de golf como aproximación a la valorización de este recurso en clave turística, el atractivo y calidad de instalaciones de cada uno de ellos y/o el impacto socioeconómico efectivo que inducen en los destinos.

Fuente: EXCELTUR a partir de Real Federación Española de Golf. Año 2023.

Descripción: número de hoyos en clubes de golf de cada comunidad autónoma proporcionado por la Real Federación Española de Golf a 1 de enero de 2023.

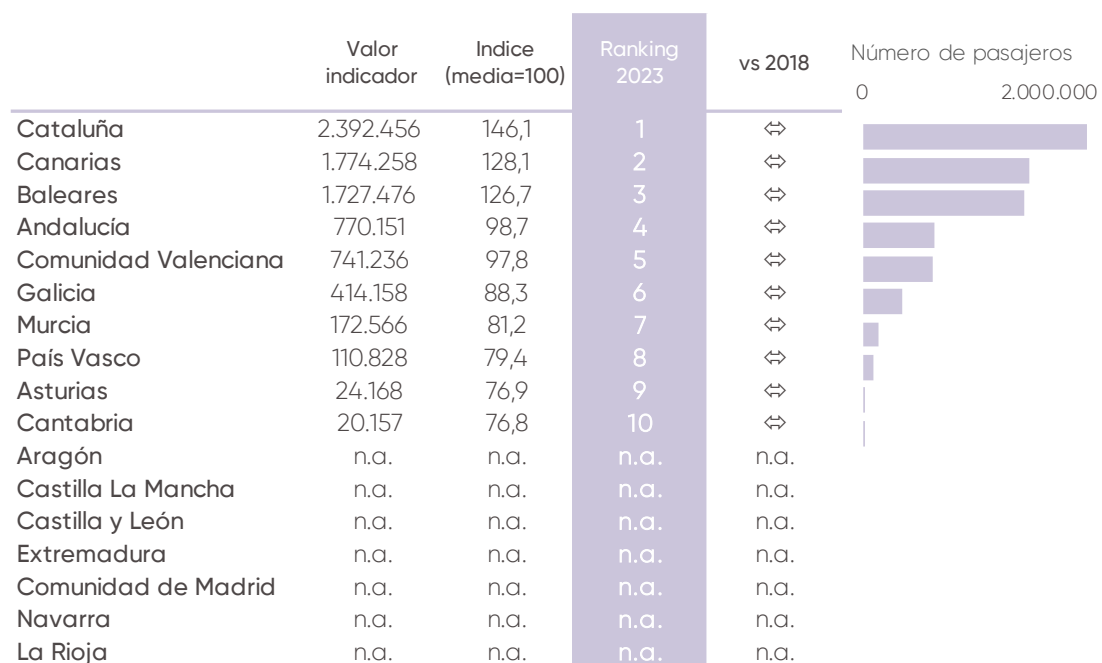


Indicador 4.2.f. -: Turismo de cruceros

Objetivo: medir los resultados de las comunidades costeras en el desarrollo del producto de cruceros como uno de los productos turístico con mayor crecimiento de demanda en los últimos años. La posición geográfica, dotación de equipamientos adecuados y capacidad logística y de conexión intermodal de varios puertos españoles para atender cruceros, los han convertido en hub de origen de los que navegan por el Mediterráneo más meridional y ha permitido un crecimiento relevante de esta línea de productos con un potencial de desarrollo todavía bastante elevado.

Fuente: EXCELTUR a partir de Puertos del Estado. Año 2022.

Descripción: número total de pasajeros de cruceros que han pasado por puertos de comunidades autónomas.

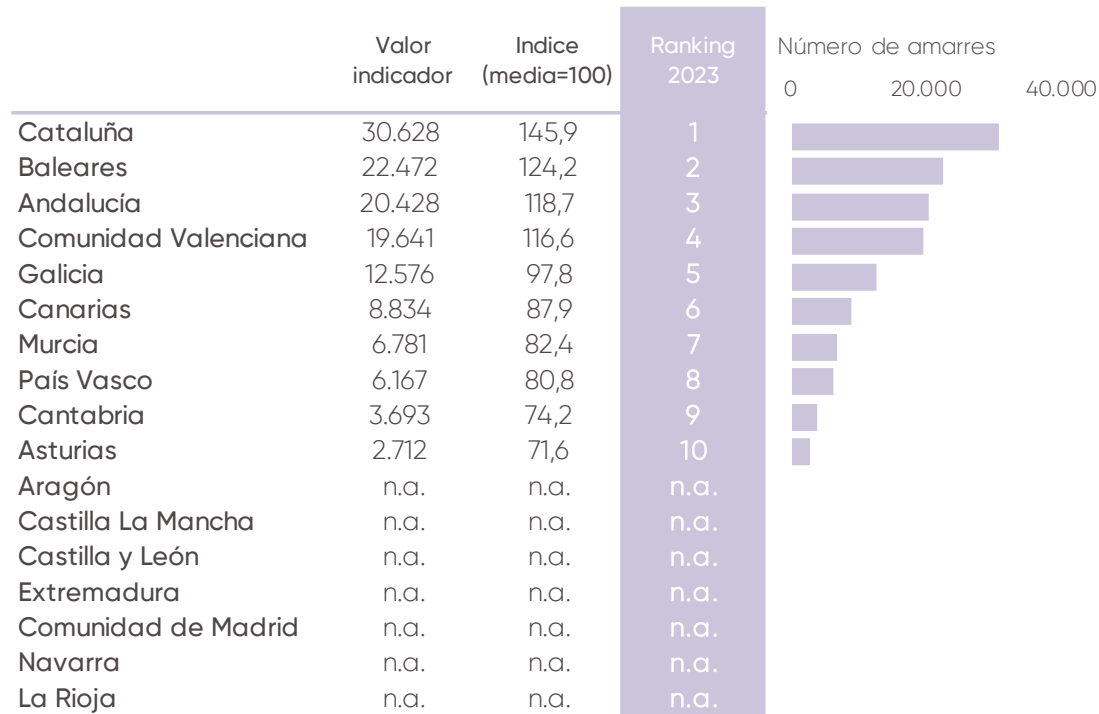


Indicador 4.2.g.-: Turismo náutico

Objetivo: valorar la capacidad de acogida de embarcaciones de recreo, como una de las actividades que dentro del turismo náutico destaca por su capacidad de atracción de un perfil de cliente de alto gasto y notables efectos directos e indirectos en destino.

Fuente: Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos. Año 2015 (sin actualización posterior)

Descripción: número de amarres en los puertos deportivos en cada autonomía.



Indicador 4.2.h.-: Turismo de nieve

Objetivo: evaluar el posicionamiento de las comunidades a través de la oferta para la práctica del esquí alpino y de fondo, en la medida en que todavía es el principal generador de ingresos de las estaciones por ser su principal atractivo.

Fuente: EXCELTUR a partir de Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (ATUDEM). Año 2023.

Descripción: número de kilómetros de pistas de esquí alpino y de fondo para cada comunidad autónoma con oferta de esquí.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de Kms
Aragón	528,9	146,6	1	↑	528,9
Cataluña	472,6	139,7	2	↓	472,6
Andalucía	148,3	99,6	3	↔	148,3
Castilla y León	69,1	89,8	4	↔	69,1
Asturias	39,8	86,2	5	↔	39,8
Comunidad de Madrid	33,3	85,4	6	↑	33,3
Cantabria	30,4	85,1	7	↓	30,4
La Rioja	22,6	84,1	8	↑	22,6
Galicia	17,6	83,5	9	↓	17,6
Baleares	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Canarias	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Castilla La Mancha	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Comunidad Valenciana	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Extremadura	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Murcia	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Navarra	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
País Vasco	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	

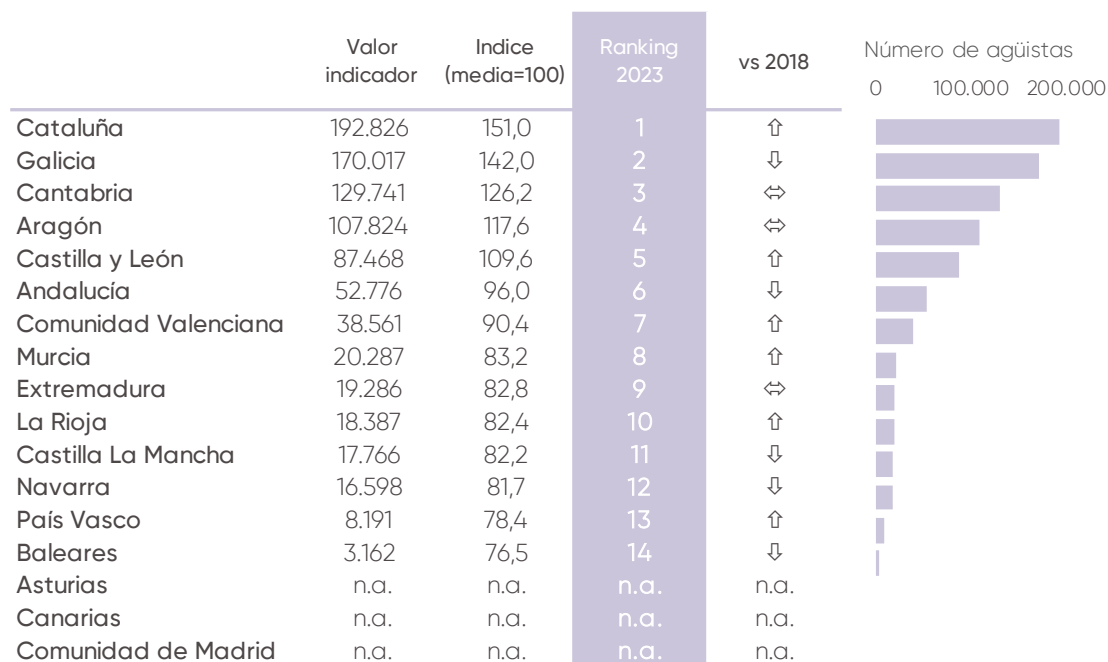


Indicador 4.2.i.-: Turismo termal

Objetivo: evaluar la capacidad de atractivo de la comunidad en servicios vinculados al turismo de bienestar (wellness).

Fuente: Instituto Geológico y Minero de España (IGME) dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Año 2022.

Descripción: número de agüistas que visitan los balnearios existentes en cada comunidad autónoma.

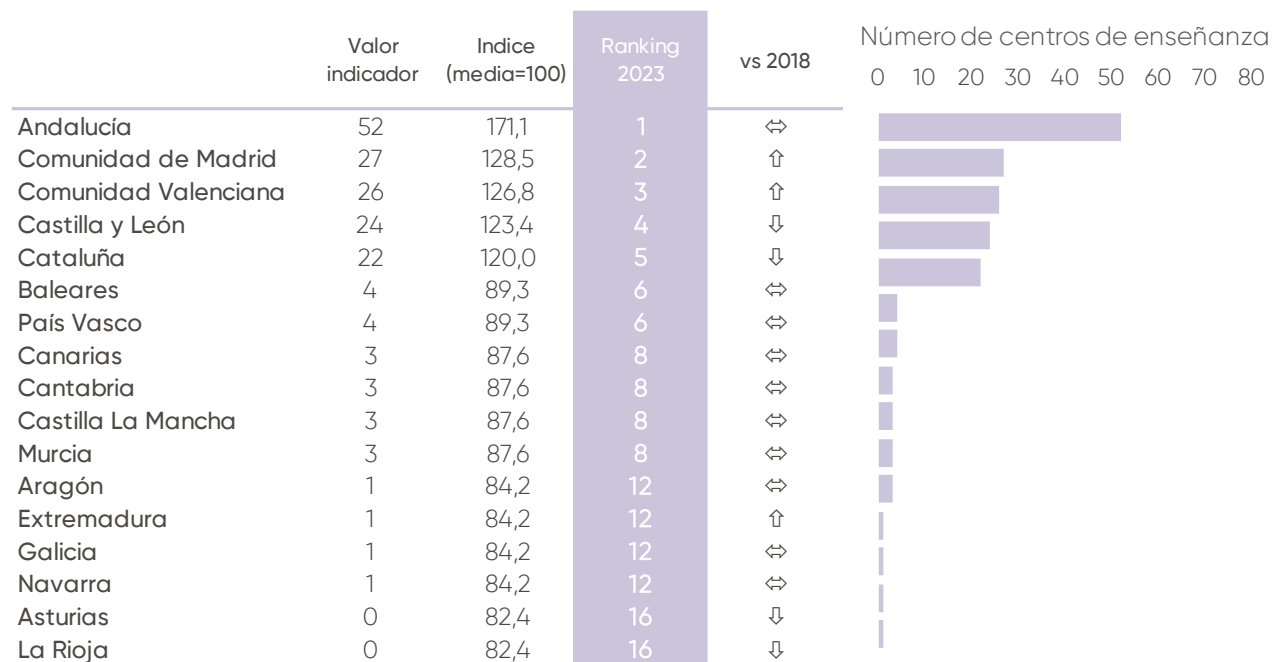


Indicador 4.2.j.-: Turismo idiomático

Objetivo: medir la capacidad de atractivo para el estudio de la lengua española, como un producto turístico relevante para su competitividad por el elevado número de turistas que moviliza, y demanda potencial para el futuro.

Fuente: Exceltur a partir de Instituto Cervantes. Año 2023.

Descripción: número de centros de enseñanza del español acreditados por el Instituto Cervantes.



Indicador 4.2.k.-: Turismo gastronómico

Objetivo: evaluar la capacidad de atracción de turistas vinculados al atractivo de la propuesta gastronómica diferencial y reconocida nacional e internacionalmente de los restaurantes localizados en la comunidad.

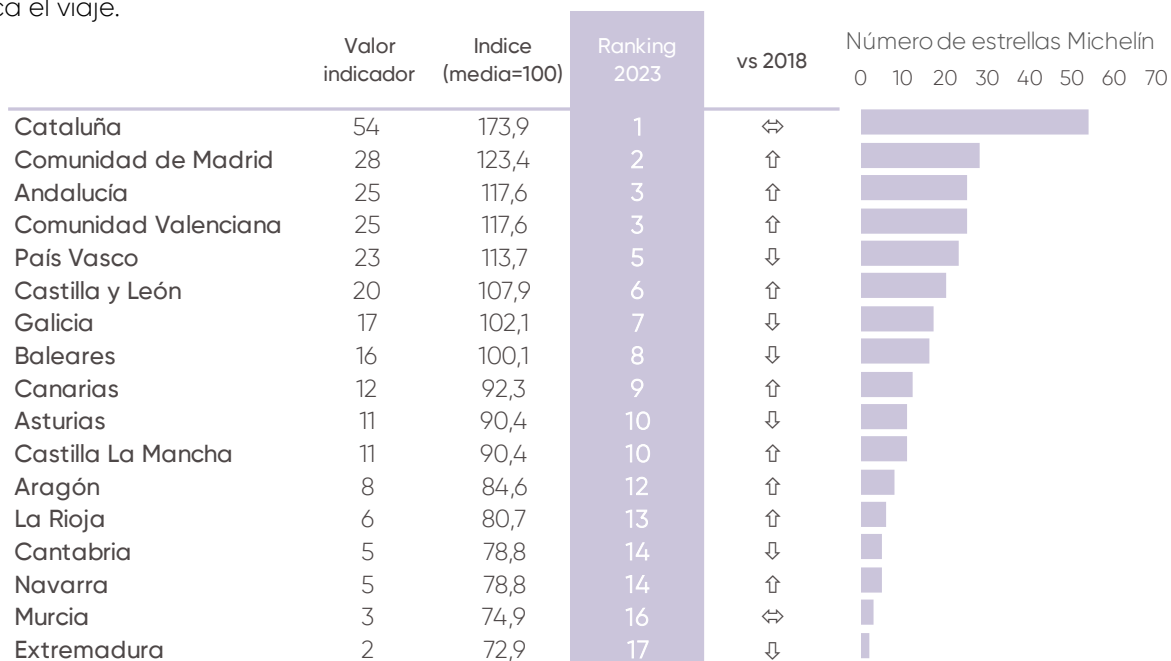
Fuente: Exceltur a partir de Guía Michelin. Año 2023.

Descripción: suma del número de estrellas de los restaurantes incluidos en la Guía Michelin en su edición del año 2023. Se ha adoptado como unidad de medida las valoraciones de la Guía Michelin por su condición de referente a nivel mundial, de manera que los restaurantes con alguna de sus estrellas son un reclamo turístico en sí mismos. De hecho, la propia Guía Michelin en la explicación de sus categorías más valoradas se recoge la propia motivación del viaje.

*** Cocina de nivel excepcional, esta mesa justifica el viaje.

** Excelente cocina, vale la pena desviarse.

* Muy buena cocina en su categoría.



Indicador 4.2.1.-: Turismo rural

Objetivo: analizar el desarrollo y posicionamiento de cada comunidad en turismo rural, como uno de las principales fuentes de dinamización económica en las zonas rurales, complementaria y alternativa a las tradicionales actividades sectoriales de estas zonas (agricultura y ganadería) y con capacidad para generar una oferta compuesta de actividades de ocio (alojamiento, gastronomía, comercio, actividades guiadas...) que responden a las motivaciones de una demanda con unas preferencias crecientes por el contacto con el entorno rural autóctono (naturaleza, cultural, sociedad local...).

Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (INE). Ambos subindicadores correspondientes al año 2022.

Descripción: el indicador de Turismo Rural es el resultado de la agregación de dos subindicadores contruidos a partir de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR) elaborada por el INE:

4.2.1.1. Dotación de plazas en alojamientos de turismo rural

4.2.1.2. Demanda efectiva en alojamiento de turismo rural



4.2.1.1. Dotación de plazas en alojamientos de turismo rural

	Valor indicador	Índice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de plazas
					0 20.000
Castilla y León	32.047	166,6	1	↔	
Andalucía	20.514	130,9	2	↑	
Cataluña	18.737	125,4	3	↓	
Castilla La Mancha	17.196	120,6	4	↑	
Asturias	16.069	117,1	5	↓	
Aragón	10.663	100,4	6	↑	
Baleares	10.286	99,2	7	↑	
Cantabria	9.878	98,0	8	↑	
Extremadura	9.017	95,3	9	↑	
Comunidad Valenciana	6.826	88,5	10	↓	
Navarra	6.257	86,8	11	↑	
Galicia	6.245	86,7	12	↓	
País Vasco	4.647	81,8	13	↔	
Comunidad de Madrid	3.813	79,2	14	↔	
Canarias	3.592	78,5	15	↔	
Murcia	2.201	74,2	16	↔	
La Rioja	1.089	70,8	17	↔	

4.2.1.2. Demanda efectiva en alojamiento de turismo rural

	Valor indicador	Índice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de pernoctaciones
					0 1.000.000 2.000.000
Castilla y León	1.819.899	156,2	1	↔	
Baleares	1.402.023	135,0	2	↑	
Andalucía	1.325.523	131,1	3	↓	
Cataluña	1.285.811	129,1	4	↓	
Asturias	922.259	110,7	5	↔	
Castilla La Mancha	837.578	106,5	6	↔	
Cantabria	735.562	101,3	7	↔	
Aragón	659.390	97,4	8	↔	
Extremadura	531.102	90,9	9	↑	
Navarra	482.159	88,5	10	↑	
País Vasco	445.496	86,6	11	↑	
Galicia	395.599	84,1	12	↓	
Canarias	394.061	84,0	13	↑	
Comunidad Valenciana	366.000	82,6	14	↓	
Comunidad de Madrid	292.237	78,9	15	↔	
Murcia	104.061	69,3	16	↔	
La Rioja	71.585	67,7	17	↔	



Indicador 4.2.m.-: Turismo enológico

Objetivo: evaluar la capacidad de atracción de turistas con una motivación concreta por la degustación y la visita a bodegas y viñedos, y el impulso de un clúster relacionado con el turismo gastronómico, cultural (arquitectura, arte) y de la salud-belleza (vinoterapia).

Fuente: Exceltur a partir de ACEVIN. Ambos subindicadores correspondientes al año 2022.

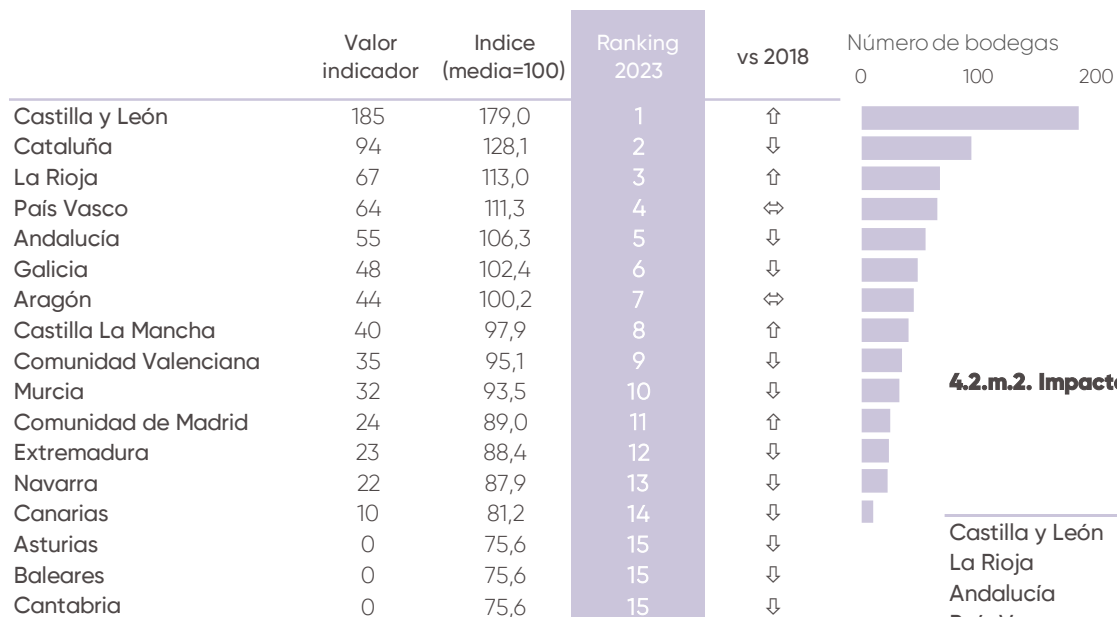
Descripción: oferta de bodegas y capacidad de atraer demanda de éstas proporcionada por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN):

4.2.m.1. Dotación de bodegas en Rutas del Vino

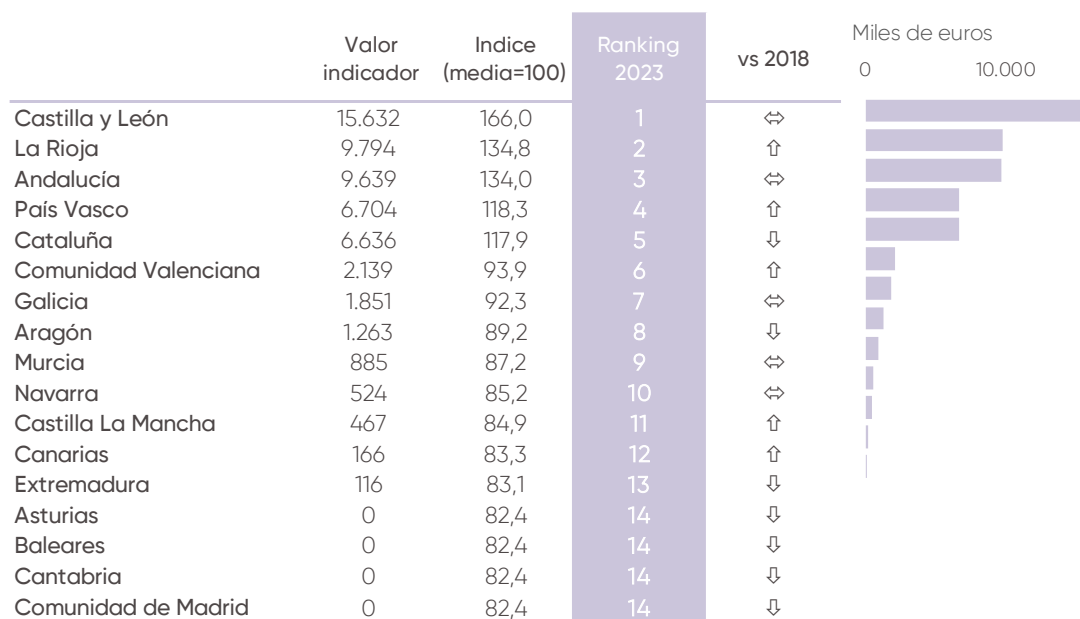
4.2.m.2. Impacto económico de visitantes en bodegas Rutas del vino



4.2.m.1. Dotación de bodegas en Rutas del Vino



4.2.m.2. Impacto económico de visitantes en bodegas Rutas del vino

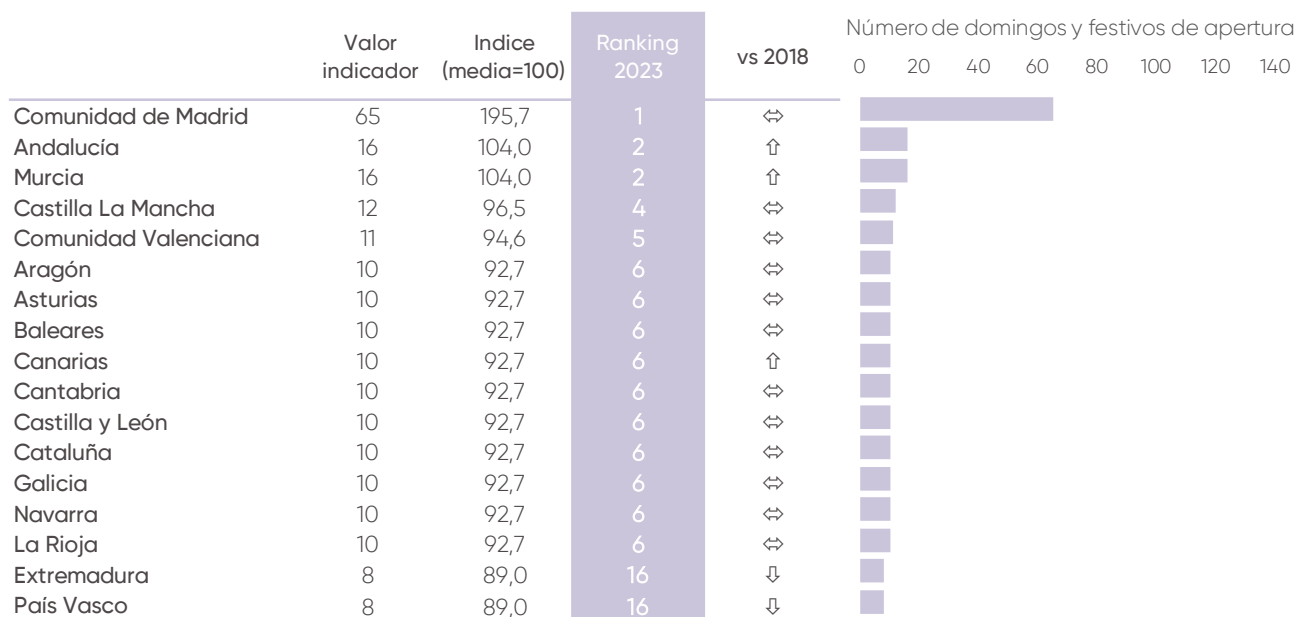


4.2.n. Turismo de shopping

Objetivo: evaluar la apuesta pública por favorecer las compras como atractivo de la oferta turística a través de la normativa sobre comercio a escala autonómica, en la medida en que la mayor parte de viajes de carácter lúdico se realizan en los días festivos.

Fuente: EXCELTUR a partir de legislación autonómica sobre regulación de horarios comerciales. Año 2023.

Descripción: número de domingos y festivos de apertura del comercio minorista autorizados por la comunidad autónoma según la legislación vigente.



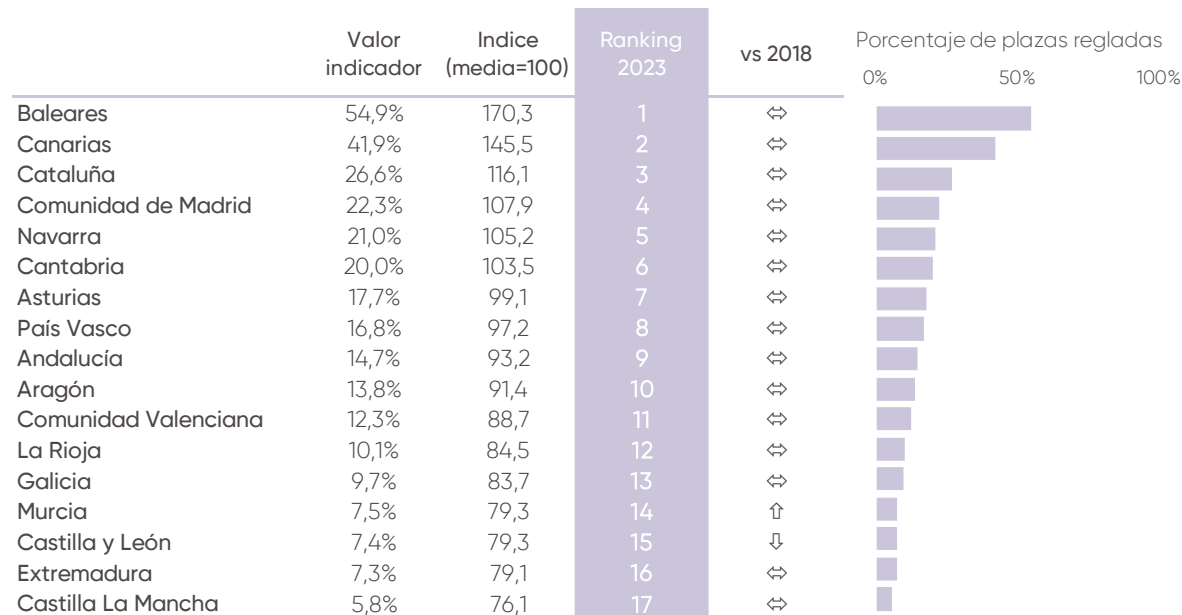
Objetivo del ámbito: evaluar, más allá de los recursos y atractivos turísticos que dan sentido final a la elección de los viajes, la oferta de cada comunidad de los servicios imprescindibles y determinantes para favorecer una experiencia integral del desplazamiento turístico, con un alto grado de satisfacción.

4.3.a. Apuesta por la oferta reglada

Objetivo: valorar el compromiso de cada CCAA por proporcionar al turista una oferta de alojamiento con estándares básicos de dotaciones de seguridad, higiene, condiciones laborales que favorezca su experiencia y niveles de satisfacción en el destino

Fuente: EXCELTUR a partir de legislación autonómica sobre regulación de horarios comerciales. Año 2022.

Descripción: proporción de plazas regladas (hoteles, apartamentos, campings y turismo rural) sobre el total de plazas de alojamiento turístico en la comunidad.

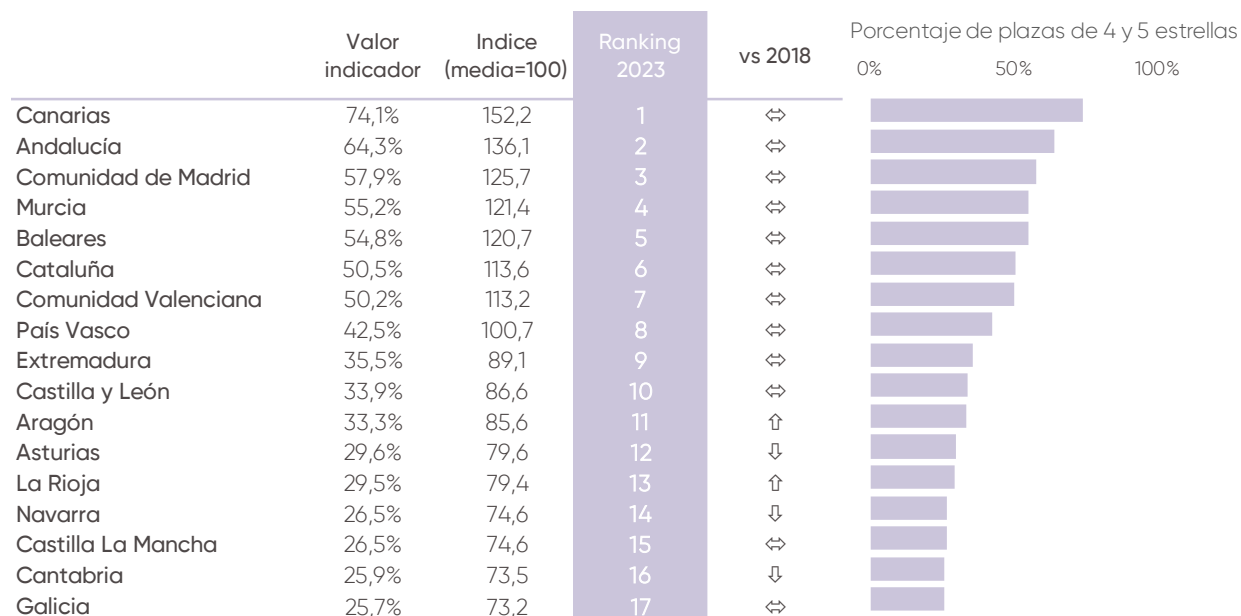


4.3.b. Presencia de hoteles de categoría

Objetivo: reflejar la dotación de oferta alojativa diferencial, como elemento determinante para atraer los perfiles de turistas de mayor contribución económica a los destinos

Fuente: EXCELTUR a partir de la EOH (INE). Año 2022.

Descripción: porcentaje de plazas de 4 y 5 estrellas sobre el total de plazas hoteleras de cada CCAA.

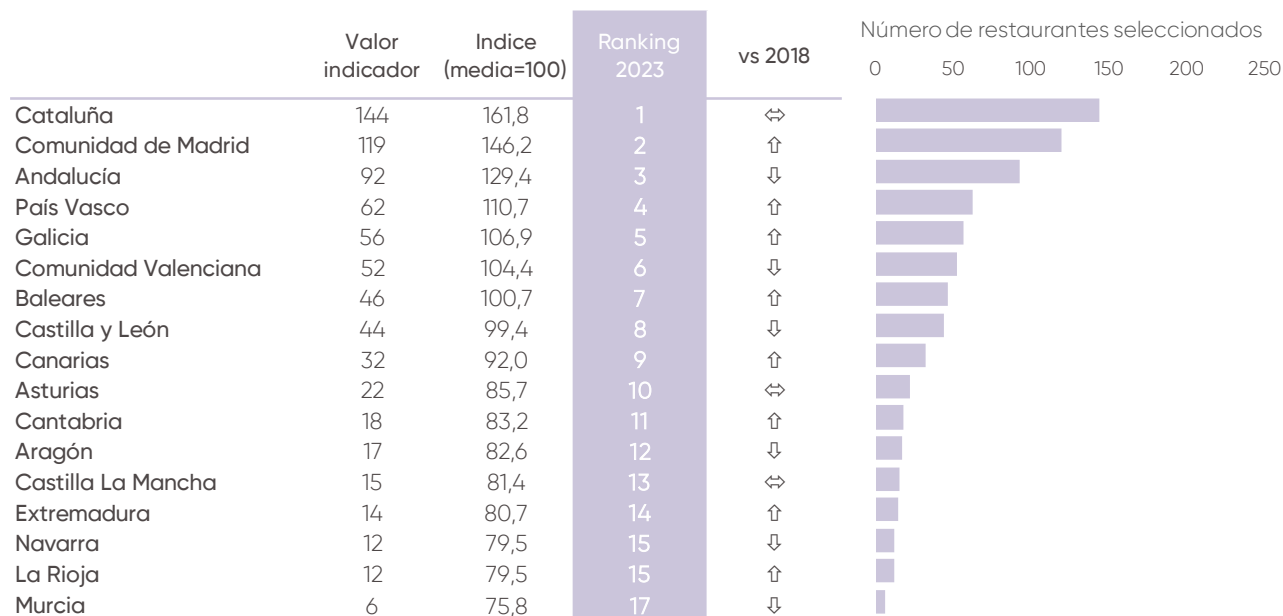


4.3.c. Calidad de la restauración

Objetivo: medir la existencia de un nivel de calidad de la oferta de restauración en cada comunidad autónoma que complemente y mejore la experiencia turística.

Fuente: Exceltur a partir de la Guía Michelin. Año 2023.

Descripción: número de restaurantes seleccionados por la Guía Michelin en su edición del año 2023.



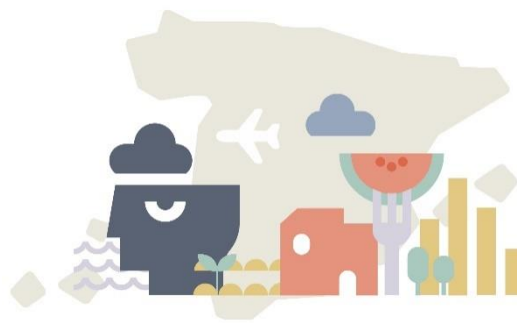


RANKING AGREGADO

PILAR 4.

Diversificación y categorización de productos turísticos

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
Cataluña	1	130,9	↔
Comunidad de Madrid	2	116,8	↑
Baleares	3	115,1	↑
Comunidad Valenciana	4	110,3	↓
País Vasco	5	106,1	↔
Andalucía	6	105,6	↓
Murcia	7	104,4	↑
Aragón	8	97,7	↔
Canarias	9	96,7	↓
Asturias	10	96,6	↑
La Rioja	11	95,3	↑
Extremadura	12	92,5	↑
Castilla y León	13	91,1	↓
Cantabria	14	89,9	↑
Galicia	15	84,2	↓
Castilla La Mancha	16	82,6	↓
Navarra	17	79,9	↓





PILAR 5. Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

- 5.1. Eficiencia del entramado productivo turístico
- 5.2. Dotación de capital humano en los trabajadores turísticos
- 5.3. Calidad del sistema formativo
 - 5.3.a. Atractivo de la oferta universitaria turística
 - 5.3.b. Habilidades en idiomas
 - 5.3.c. Ajuste formación talento turístico con necesidades empresariales
 - 5.3.c.1. Calidad de la formación profesional
 - 5.3.c.2. Apoyo a la formación continua
 - 5.3.d. Competencias y conocimientos de población residente
 - 5.3.d.1. Cualificación alumnos secundaria (PISA)
 - 5.3.d.2. Nivel educativo de la población residente (secundaria y superior)
- 5.4. Potencial y características del mercado laboral local
 - 5.4.a. Potencial demográfico
 - 5.4.b. Dinamismo laboral
 - 5.4.c. Capacidad de ajuste del mercado laboral

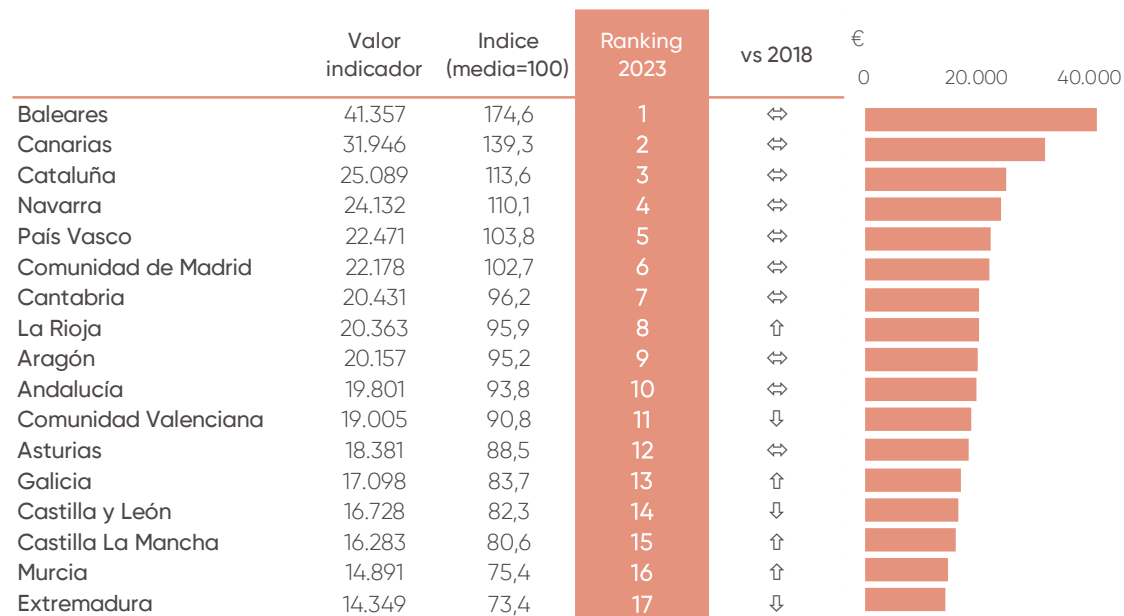


5.1. Productividad de los trabajadores turísticos

Objetivo: medir la productividad de los trabajadores del sector, por el carácter clave de los recursos humanos dada la alta intensidad en mano de obra de la mayor parte de ramas turísticas.

Fuente: Encuesta Anual de Servicios (INE). Año 2019.

Descripción: Valor Añadido Bruto a coste de los factores (VAB) por empleado, de las ramas 55 y 56 correspondientes al sector de la hostelería.



5.2. Dotación de capital humano en los trabajadores turísticos

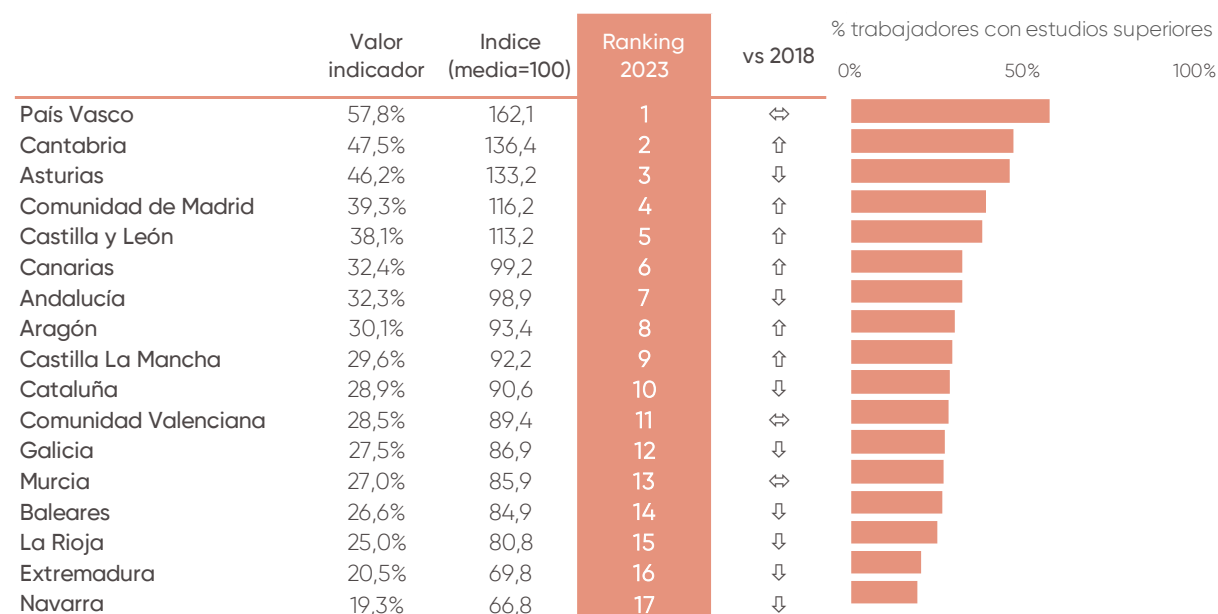
Objetivo: evaluar la dotación de capital humano entendida como los niveles de formación de los trabajadores, un eje clave para garantizar los niveles de competitividad presentes y futuros de la industria turística, dado el papel que ejercen las personas en el posicionamiento diferencial del sector.

Fuente: Encuesta de Estructura Salarial (INE). Año 2023.

Descripción: cociente entre los trabajadores con estudios superiores sobre el total de trabajadores de las ramas de servicios de hostelería (alojamiento y de restauración).

Se han considerado como estudios superiores los siguientes apartados de la clasificación CNED 14:

- 32: Enseñanzas de bachillerato y similar
- 33: Enseñanzas de formación profesional, artes plásticas y diseño y deportivas de grado medio y equivalentes
- 34: Enseñanzas profesionales de música y danza y similares
- 35: Enseñanzas de las escuelas oficiales de idiomas
- 38: Formación profesional básica
- 41: Certificados de profesionalidad de nivel 3; programas de corta duración que requieren segunda etapa de secundaria y similares
- 51: Enseñanzas de formación profesional, artes plásticas y diseño y deportivas de grado superior y equivalentes
- 52: Títulos propios universitarios que precisan del título de bachiller, de duración igual o superior a 2 años
- 61: Grados universitarios de hasta 240 créditos ECTS y equivalentes
- 62: Diplomaturas universitarias y equivalentes
- 71: Grados universitarios de más de 240 créditos ECTS y equivalentes
- 72: Licenciaturas y equivalentes
- 73: Másteres oficiales universitarios y equivalentes
- 75: Títulos propios universitarios de máster (maestrías), de 60 o más crédito ECTS cuyo acceso requiera ser titulado universitario
- 81: Doctorados

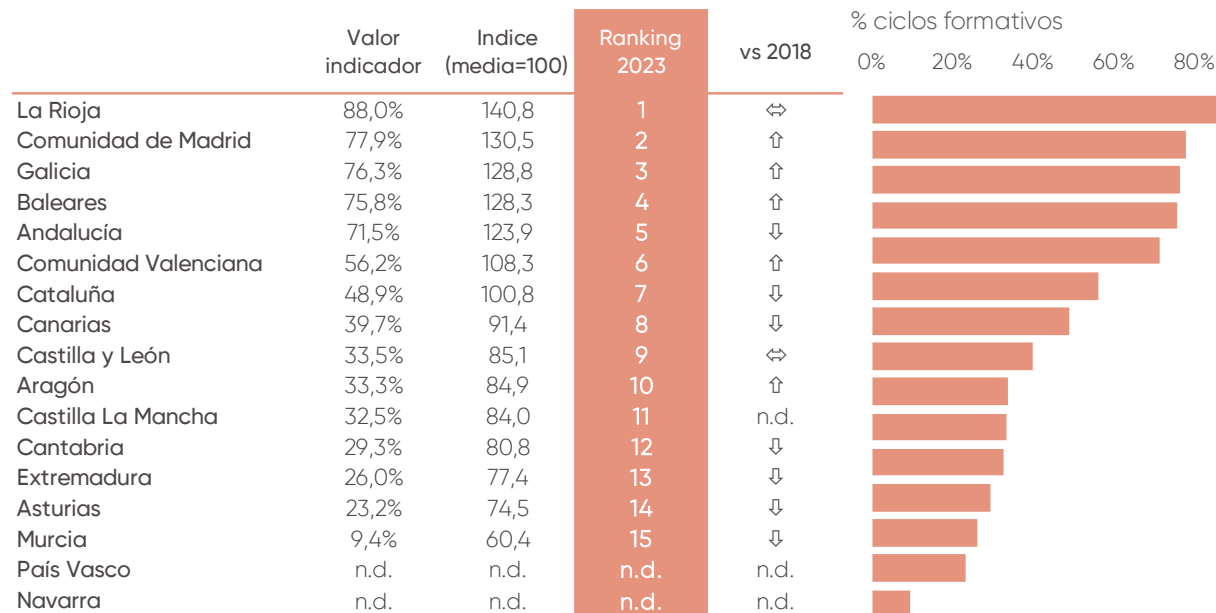


5.3.a. Atractivo de la oferta universitaria turística

Objetivo: evaluar la oferta turística del sistema educativo de cada comunidad autónoma.

Fuente: Exceltur a partir de Ministerio de Universidades. Año 2023.

Descripción: porcentaje ciclos formativos impartido de FP Básica de Hostelería y Turismo sobre el total.





5.3.b. Habilidades en idiomas

Objetivo: evaluar el conocimiento de la lengua inglesa de la población en cada comunidad autónoma.

Fuente: Exceltur a partir de EF Education First. Año 2023.

Descripción: Posición en el ranking del EF English Proficiency Index, un ranking mundial que clasifica a las comunidades por su nivel de inglés

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	Posición en ranking	
				0	500
Asturias	565	144,8	1		
Galicia	559	136,6	2		
Comunidad de Madrid	550	124,3	3		
País Vasco	548	121,5	4		
Cantabria	542	113,3	5		
Navarra	542	113,3	5		
Baleares	538	107,9	7		
Cataluña	537	106,5	8		
Castilla y León	535	103,8	9		
Murcia	528	94,2	10		
Comunidad Valenciana	527	92,8	11		
Canarias	526	91,5	12		
Aragón	518	80,5	13		
Extremadura	515	76,4	14		
Andalucía	511	71,0	15		
La Rioja	509	68,2	16		
Castilla La Mancha	498	53,2	17		





5.3.c. Valoración empresarial del sistema de formación turístico

5.3.c.1. Calidad de la formación profesional

Objetivo: evaluar la calidad de la formación profesional y superior en materias relacionadas con el turismo. Ante la carencia de indicadores objetivos para su medición, ésta se ha aproximado a partir de la valoración que los empresarios turísticos hacen de la calidad de la formación profesional desarrollada por las administraciones autonómicas correspondientes.

Fuente: Exceltur a partir de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Año 2024.

Descripción: el indicador se ha construido a partir de la valoración realizada por los empresarios turísticos de cada comunidad autónoma durante 2023 en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que trimestralmente elabora Exceltur respecto a la calidad percibida por los mismos de la formación profesional (escuelas de hostelería) desarrollada en los planes de estudios de cada autonomía.

Recoge la valoración media de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable) de la calidad de la formación profesional percibida por los empresarios turísticos con actividad en las comunidades. El valor del indicador se expresa en Índice 100, dónde 100 es la media de la valoración en las 17 comunidades autónomas.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Valoración media 0 100
Galicia	141,2	143,5	1	↔	
País Vasco	129,2	130,8	2	↑	
Andalucía	128,6	130,2	3	↑	
Extremadura	122,7	123,8	4	↔	
Comunidad de Madrid	120,5	121,5	5	↓	
Comunidad Valenciana	112,4	112,9	6	↓	
Castilla La Mancha	110,9	111,2	7	↓	
Cataluña	101,8	101,6	8	↔	
Castilla y León	96,3	95,7	9	↔	
Cantabria	94,6	93,9	10	↑	
Murcia	92,3	91,5	11	↓	
Asturias	92,2	91,3	12	↔	
Baleares	81,1	79,5	13	↔	
Aragón	79,7	78,0	14	↑	
La Rioja	75,1	73,0	15	↑	
Canarias	66,7	64,1	16	↓	
Navarra	60,5	57,6	17	↓	





5.3.c.2. Apoyo a la formación continua

Objetivo: valorar la calidad de la formación continua del capital humano en el sector turístico. Dada la falta de disponibilidad de indicadores cuantitativos objetivables, este indicador se aproxima con la valoración de los empresarios turísticos de cada comunidad autónoma sobre el apoyo y calidad percibida de los correspondientes gobiernos autonómicos sobre la política de formación continua.

Fuente: Exceltur a partir de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur. Año 2024.

Descripción: el indicador se ha construido a partir de la valoración realizada por los empresarios turísticos de cada comunidad autónoma en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial que trimestralmente elabora Exceltur respecto al apoyo a la formación continua de cada gobierno autonómico.

Recoge la valoración media de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable) de las políticas de apoyo a la formación continua percibida por los empresarios turísticos con actividad en las comunidades. El valor del indicador se expresa en Índice 100, donde 100 es la media de la valoración en las 17 comunidades autónomas.

	Valor indicador	Índice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Valoración media 0 100
Pais Vasco	138,5	143,4	1	↔	
Galicia	131,7	135,6	2	↑	
Andalucía	129,3	132,9	3	↑	
Comunidad de Madrid	116,7	118,3	4	↓	
Extremadura	116,3	117,9	5	↑	
Castilla La Mancha	116,3	117,8	6	↓	
Comunidad Valenciana	108,2	108,6	7	↓	
Cataluña	101,8	101,2	8	↔	
Castilla y León	101,5	100,8	9	↓	
Asturias	89,5	87,2	10	↑	
Cantabria	87,2	84,4	11	↑	
La Rioja	86,2	83,4	12	↑	
Baleares	85,6	82,6	13	↓	
Murcia	84,7	81,6	14	↓	
Navarra	81,7	78,1	15	↑	
Aragón	76,6	72,3	16	↓	
Canarias	60,4	53,7	17	↔	




















5.3.d. Competencias y conocimientos de población residente

5.3.d.1. Cualificación alumnos secundaria (PISA)

Objetivo: valorar la cualificación de la población joven de cada comunidad autónoma, susceptible de integrarse en el mercado de trabajo y aportar valor a las actividades turísticas.

Fuente: Exceltur a partir de informe PISA. Ministerio de Educación. Año 2022.

Descripción: el indicador se basa en el resultado promedio PISA (rendimientos medios estimados en competencia matemática y rendimientos medios estimados en lectura).

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	Resultado promedio	
				0	500
Castilla y León	501,0	135,0	1		
Asturias	498,3	130,0	2		
Cantabria	497,7	128,8	3		
Comunidad de Madrid	497,3	128,2	4		
La Rioja	495,3	124,5	5		
Galicia	492,3	119,0	6		
Aragón	491,3	117,1	7		
Navarra	486,3	107,9	8		
Comunidad Valenciana	479,3	94,9	9		
País Vasco	476,0	88,8	10		
Baleares	474,3	85,7	11		
Extremadura	472,0	81,4	12		
Murcia	471,0	79,5	13		
Cataluña	469,3	76,4	14		
Castilla La Mancha	469,0	75,8	15		
Andalucía	463,7	66,0	16		
Canarias	461,0	61,0	17		





5.3.d.2. Nivel educativo de la población residente (secundaria y superior)

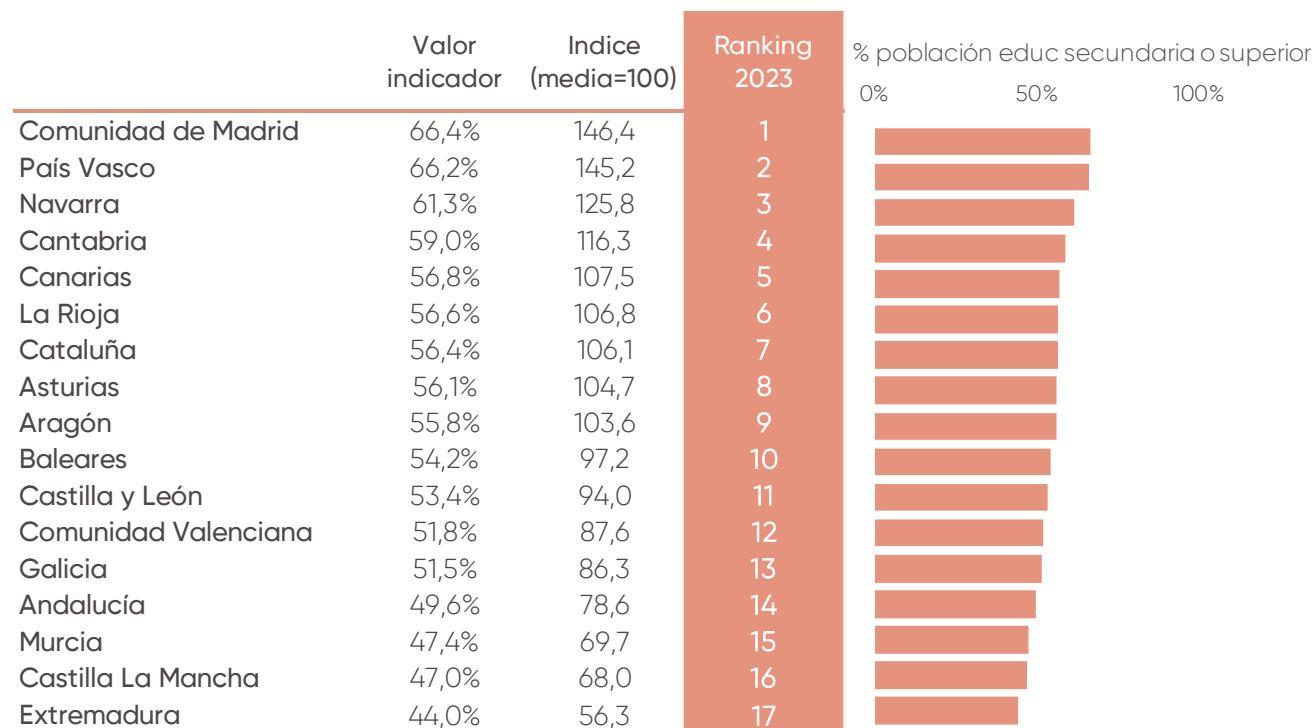
Objetivo: valorar el nivel educativo alcanzado por la población adulta de cada comunidad autónoma, como reflejo de su potencial para incorporar valor a las actividades turísticas.

Fuente: Exceltur a partir de Instituto Nacional de Estadística. Año 2022.

Descripción: el indicador se construye a partir del porcentaje de población con educación secundaria o superior sobre el total.

Se incluyen:

- Segunda etapa de educación secundaria, con orientación general.
- Segunda etapa de educación secundaria con orientación profesional (incluye educación postsecundaria no superior).
- Educación superior.

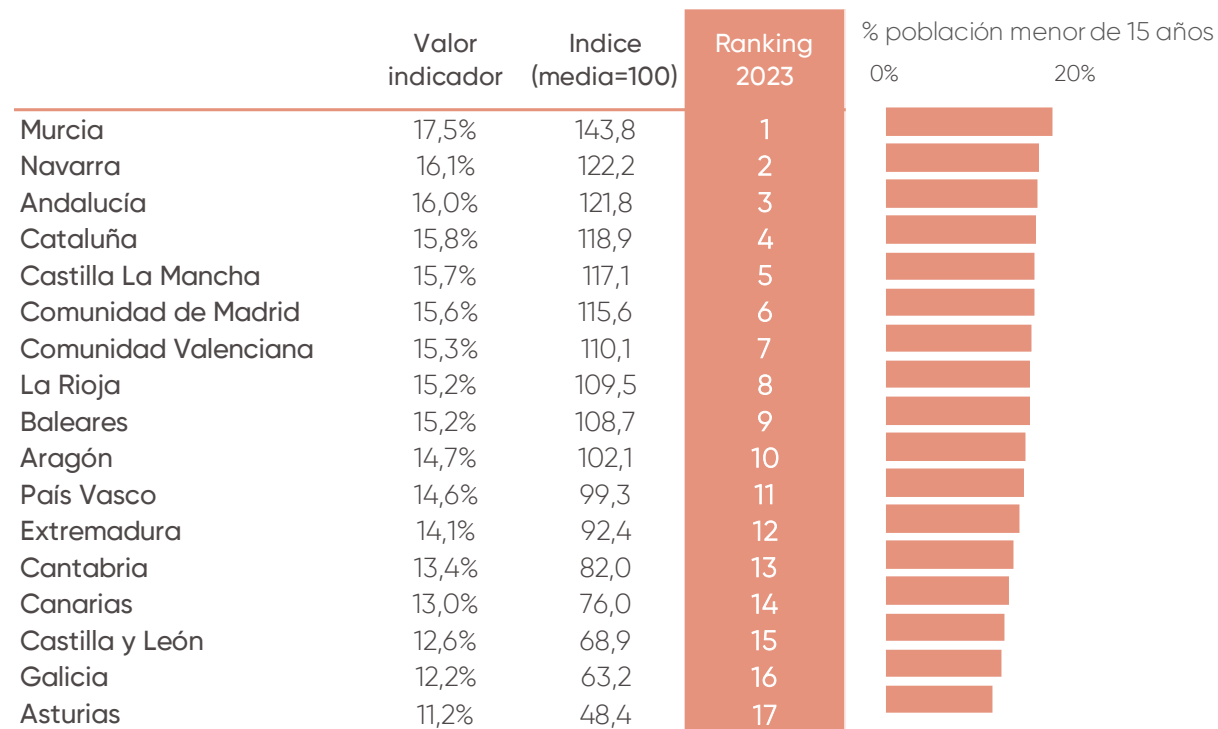


5.4.a. Potencial demográfico

Objetivo: valorar el porcentaje de población joven en cada comunidad autónoma, determinante del dinamismo futuro de su mercado de trabajo.

Fuente: Exceltur a partir Encuesta de Población Activa. Año 2022.

Descripción: el indicador se construye a partir del porcentaje de población menor de 15 años sobre el total.

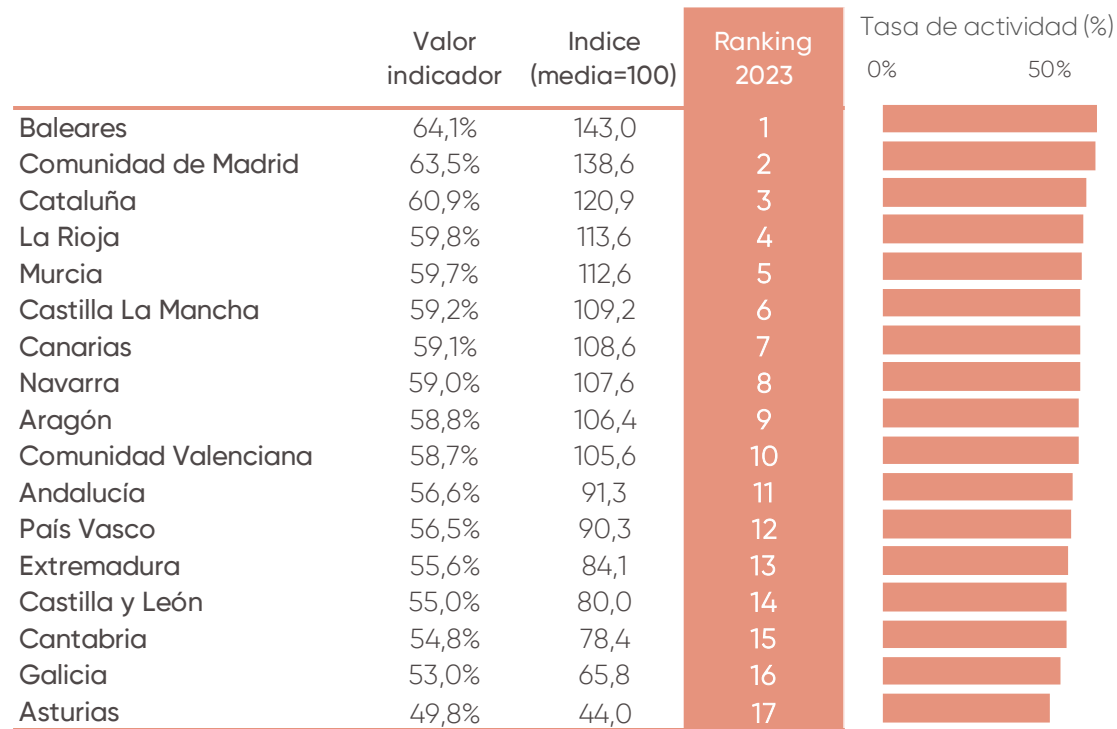


5.4.b. Dinamismo laboral

Objetivo: valorar el grado de incorporación de la población al mercado de trabajo, como factor clave de aprovechamiento de su potencial demográfico.

Fuente: Exceltur a partir Encuesta de Población Activa. Año 2022.

Descripción: el indicador se basa en la tasa de actividad, es el cociente entre la población activa y el total de la población en edad de trabajar.

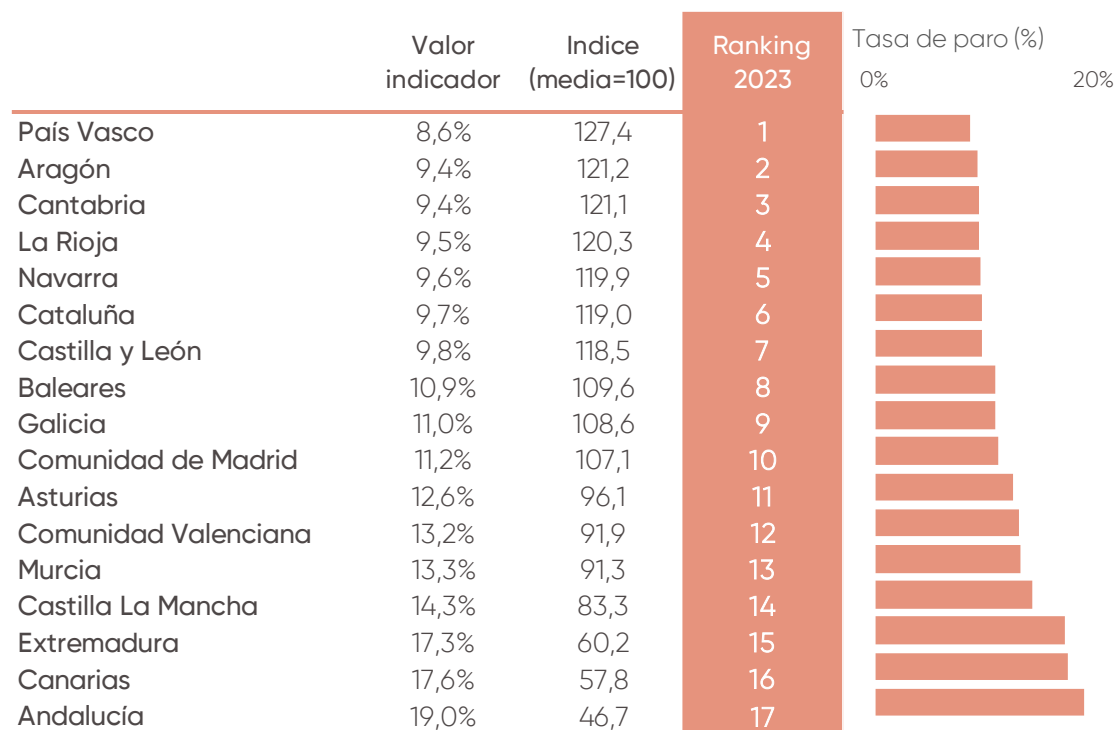


5.4.c. Capacidad de ajuste del mercado laboral

Objetivo: valorar la probabilidad de encontrar empleo reflejada a partir de la tasa de paro de cada comunidad autónoma.

Fuente: Exceltur a partir Encuesta de Población Activa. Año 2022.

Descripción: el indicador se basa en la tasa de paro, es decir, la población desempleada respecto a la población activa.





RANKING AGREGADO

PILAR 5.

**Atracción de talento,
formación y eficiencia de los
RRHH**

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
País Vasco	1	124,2	↔
Baleares	2	120,5	↔
Comunidad de Madrid	3	116,8	↔
Cantabria	4	107,0	↑
Cataluña	5	106,0	↑
Canarias	6	100,2	↑
Navarra	7	98,2	↑
La Rioja	8	98,0	↑
Asturias	9	97,7	↓
Aragón	10	96,5	↑
Castilla y León	11	96,3	↑
Comunidad Valenciana	12	95,9	↓
Andalucía	13	94,8	↓
Galicia	14	94,2	↓
Castilla La Mancha	15	89,2	↔
Murcia	16	89,0	↑
Extremadura	17	77,0	↓





PILAR 6. El turismo como prioridad política y su gobernanza

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

- 6.1. Prioridad política**
 - 6.1.a. Posición del turismo en la escala organizativa
 - 6.1.b. Esfuerzo presupuestario
 - 6.1.c. Coordinación Inter-consejerías
- 6.2. Visión estratégica**
- 6.3. Sistema de inteligencia turística y apuesta por la innovación**
 - 6.3.a. Sistema de inteligencia turística del destino
 - 6.3.b. Estímulo a la innovación
- 6.4. Institucionalización de la cooperación con el sector privado**
- 6.5. Cargas impositivas sobre el sector turístico**
- 6.6. Eficacia en la gestión de las competencias turísticas**
 - 6.6.a. Agilidad en la gestión administrativa
 - 6.6.b. Adecuación de la normativa turística
- 6.7. Coordinación interadministrativa**
- 6.8. Compromiso institucional con el sector y valorización frente a la sociedad**
 - 6.8.a. Código Ético sectorial
 - 6.8.b. Sensibilización a la sociedad
 - 6.8.c. Seguimiento de sentimiento residente respecto al turismo
 - 6.8.d. Medición de la contribución socio económica del turismo



6.1.a Posición del turismo en la escala organizativa

Objetivo: evaluar el grado de prioridad política concedida al turismo por cada gobierno autonómico, en función de la posición que ocupa la administración turística en su estructura organizativa.

Fuente: Exceltur a partir de la información de la organización administrativa de cada comunidad autónoma. Año 2023.

para responder al objetivo de disponer de un indicador objetivo y cuantitativo se ha evaluado la posición que ostenta el turismo en la organización administrativa de cada comunidad autónoma, concediéndole una valoración numérica a cada posición. Concretamente, se han otorgado:

Descripción posición que ostenta el turismo en la organización administrativa de cada comunidad autónoma, concediéndole una valoración numérica a cada posición.

Concretamente, se han otorgado:

- 5 puntos a aquellas comunidades donde el turismo se gestiona directamente desde la presidencia del gobierno autonómico,
- 4 puntos a aquellas comunidades en las que el turismo disfruta de una consejería exclusiva en la estructura del gobierno autonómico,
- 3 puntos si la comparte con otra competencia,
- 2 puntos si la comparte con dos competencias adicionales,
- 1 punto si la comparte con otras tres competencias o más
- 0 puntos si el turismo no aparece en el organigrama a nivel del nombre de la consejería.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Valoración
					0 1 2 3 4 5
Comunidad Valenciana	5	154,5	1	↔	
Galicia	5	154,5	1	↑	
Baleares	2	105,7	3	↓	
Andalucía	2	105,7	3	↑	
Castilla y León	2	105,7	3	↑	
Asturias	2	105,7	3	↑	
Canarias	2	105,7	3	↑	
Comunidad de Madrid	2	105,7	3	↑	
País Vasco	2	105,7	3	↑	
Extremadura	2	105,7	3	↑	
Murcia	1	89,5	11	↓	
Cantabria	1	89,5	11	↑	
Navarra	0	73,2	13	↓	
Aragón	0	73,2	13	↔	
Castilla La Mancha	0	73,2	13	↔	
Cataluña	0	73,2	13	↔	
La Rioja	0	73,2	13	↔	

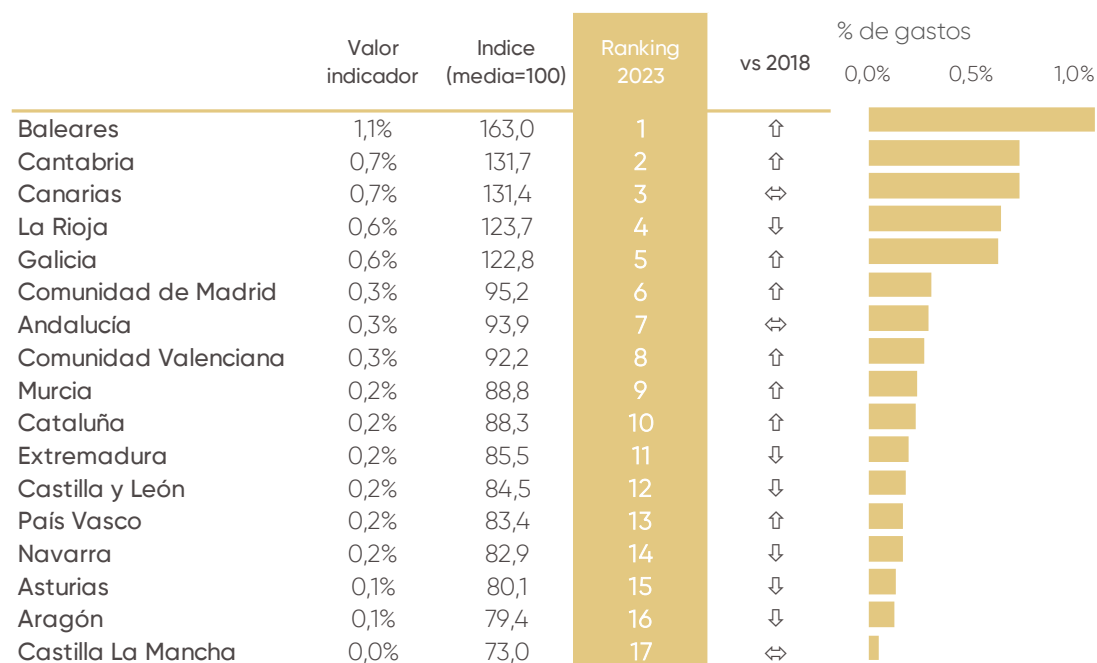


6.1.b Esfuerzo presupuestario

Objetivo: evaluar el grado de prioridad política concedida al turismo por cada gobierno autonómico, en función de los recursos dedicados a la política turística desarrollada desde el órgano administrativo correspondiente.

Fuente: Exceltur a partir de los presupuestos liquidados del año 2022 de cada comunidad autónoma.

Descripción: porcentaje de los gastos no financieros (capítulos del 1 al 7) consolidados gestionados por el órgano responsable de las competencias turísticas, respecto al total del presupuesto de gasto no financiero de la comunidad autónoma.




6.1.c Coordinación inter-consejerías

Objetivo: evaluar el grado de coordinación operativa de la política turística en el seno del gobierno autonómico, a partir de la creación y convocatoria de un órgano monográfico sobre turismo, en el que estén representados los ámbitos del gobierno autonómico de mayor incidencia sobre la actividad turística.

Fuente: Exceltur a partir de los datos suministrados por cada comunidad autónoma. Año 2022.

Descripción: número de reuniones mantenidas en 2022 por la comisión inter-consejerías dedicada monográficamente al turismo.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de reuniones		
					0	1	2
Comunidad Valenciana	2	197,0	1	↔			
Aragón	0	93,9	2	↓			
Comunidad de Madrid	0	93,9	2	↑			
Andalucía	0	93,9	2	↑			
Asturias	0	93,9	2	↑			
Baleares	0	93,9	2	↑			
Canarias	0	93,9	2	↑			
Cantabria	0	93,9	2	↑			
Castilla La Mancha	0	93,9	2	↑			
Castilla y León	0	93,9	2	↑			
Cataluña	0	93,9	2	↑			
Extremadura	0	93,9	2	↑			
Galicia	0	93,9	2	↑			
Murcia	0	93,9	2	↑			
Navarra	0	93,9	2	↑			
País Vasco	0	93,9	2	↑			
La Rioja	0	93,9	2	↑			



6.2. Visión estratégica


















Objetivo: valorar el impulso de una visión estratégica rigurosa y de las actuaciones contempladas para su consecución por parte de las comunidades autónomas, como instrumento clave para reforzar su competitividad a medio y largo plazo.

Fuente: Exceltur a partir de la información de los planes estratégicos vigentes de cada comunidad autónoma. Año 2023.

Descripción: El indicador se construye a partir del cumplimiento de 22 criterios de los diferentes planes estratégicos de turismo de las 17 comunidades autónomas españolas, vigentes y públicos hasta mayo de 2023. Los 22 criterios tratan de recoger los contenidos que se considera necesario deben contemplar los planes de turismo para afrontar los distintos retos de futuro. En esta edición de MoniTUR se ha contemplado una ampliación de criterios, respecto a ediciones anteriores, con el propósito de responder a los nuevos retos a los que se enfrentan los destinos turísticos.

El valor del indicador se deriva de la valoración del cumplimiento de los siguientes criterios en los planes estratégicos de turismo:

1. Existencia de un documento formalizado vigente.
2. Propuestas de acciones por destinos.
3. Acciones de creación de productos turísticos.
4. Mejora de recursos humanos turísticos.
5. Fomento de la innovación y el emprendimiento.
6. Impulso a la digitalización en empresas y destinos.
7. Cálculo y gestión de la carga turística.
8. Acciones para abordar el fenómeno de las VUT.
9. Mejora de la reputación del sector turístico.
10. Apoyo a la oferta singular identificada con la vida local.
11. Mejora del atractivo del sector como empleador.
12. Capacitación de los empleados turísticos.
13. Renovación de la oferta turística obsoleta.
14. Acciones relacionadas con la circularidad.
15. Adaptación y mitigación del cambio climático.
16. Desarrollo de herramientas de Inteligencia turística.
17. Presentación de un plan de actuaciones.
18. Compromiso de un presupuesto detallado.
19. Detalle de un calendario para las actuaciones previstas.
20. Establecimiento de agentes responsables de la ejecución.
21. Sistema de seguimiento y evaluación.
22. Memoria de actuaciones anual para evaluar la implementación de la estrategia plurianual.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de criterios			
					0	5	10	15
Andalucía	17	136,6	1	↑				
País Vasco	17	136,6	1	↑				
Canarias	14	122,0	3	↑				
Galicia	14	122,0	3	↑				
Comunidad de Madrid	14	119,6	5	↑				
Baleares	13	116,0	6	↑				
Navarra	12	112,3	7	↓				
Murcia	12	109,9	8	↓				
Cantabria	9	97,8	9	↑				
Castilla y León	8	92,9	10	↓				
Aragón	8	90,5	11	↓				
Asturias	7	88,1	12	↔				
Extremadura	7	88,1	12	↓				
Comunidad Valenciana	6	80,8	14	↓				
Castilla La Mancha	5	78,4	15	↓				
Cataluña	0	54,2	16	↑				
La Rioja	0	54,2	16	↓				




















6.3.a Sistema de inteligencia turística del destino

Objetivo: recoger la disponibilidad y uso de un sistema de inteligencia turística y su estadio de cobertura de los diferentes ámbitos y necesidades de conocimiento detectadas para optimizar la toma de decisiones del conjunto de actores de la cadena de valor turística del destino implicados en su buen gobierno táctico y estratégico.

Fuente: Exceltur a partir de la información de la organización administrativa de cada comunidad autónoma. Año 2023.

Descripción: mide la disponibilidad de un conjunto de dominios de información claves para la eficiencia en la gestión del destino, así como el número de criterios cubiertos en términos de su adecuada disponibilidad en el tiempo en función del tipo de fuente de datos, recurrencia y decalaje en su publicación, junto a su carácter abierto para la reutilización de todos los actores público-privados de la cadena de valor turística en cada comunidad:

- Seguimiento en alta frecuencia de principales indicadores de demanda turística (afluencia, estancia, pernотaciones, gasto, perfil)
- Información de desempeño coyuntural de indicadores básicos de actividad turística con granularidad territorial: zona/destino
- Disponibilidad de información de la oferta turística georreferenciada (GIS)
- Medición de la puesta en valor de los principales recursos turísticos
- Sistema de agregación de los datos recopilados en los puntos de información turística
- Seguimiento de la satisfacción turística
- Análisis de la reputación del destino
- Información de impacto socio económico del turismo
- Encuesta percepción residentes
- Cálculo de la capacidad de acogida
- Seguimiento del empleo turístico
- Indicadores medioambientales
- Rentabilidad empresarial
- Madurez de la oferta turística
- Sistema prospectivo de la demanda y/o actividad turística

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Número de criterios		
					0	20	40
Cataluña	48	133,0	1	↑			
Canarias	48	131,9	2	↑			
Andalucía	47	130,8	3	↓			
Comunidad Valenciana	46	127,4	4	↓			
País Vasco	44	124,1	5	↑			
Baleares	42	118,5	6	↓			
Galicia	39	112,9	7	↔			
Murcia	36	105,1	8	↓			
Castilla La Mancha	32	97,3	9	↑			
Navarra	29	90,6	10	↔			
Asturias	27	86,2	11	↓			
Comunidad de Madrid	27	85,0	12	↑			
La Rioja	25	81,7	13	↑			
Castilla y León	24	79,5	14	↔			
Cantabria	22	75,0	15	↔			
Aragón	18	66,1	16	↓			
Extremadura	13	54,9	17	↓			

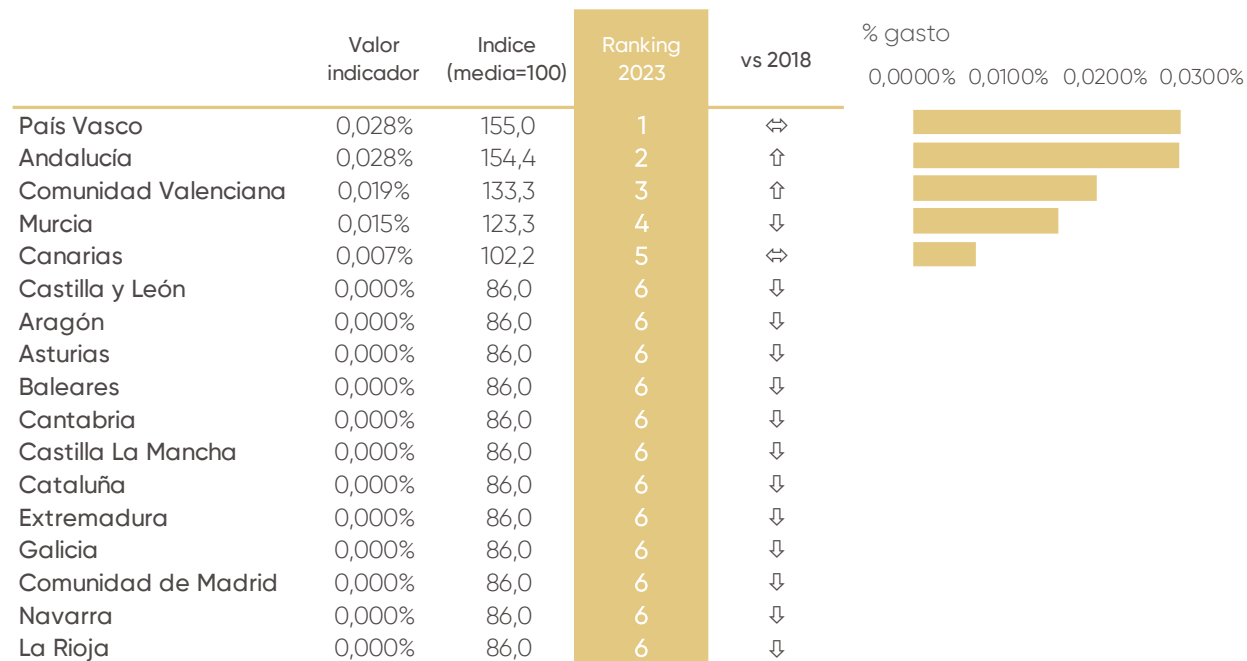


6.3.b Estímulo a la innovación

Objetivo: aproximar el esfuerzo público por el fomento de la innovación en turismo.

Fuente: Exceltur a partir de los datos suministrados por cada comunidad autónoma. Año 2023.

Descripción: porcentaje del gasto destinado por las comunidades autónomas al estímulo de la I+D+i turística respecto al total de ingresos turísticos obtenidos por cada comunidad en 2022.

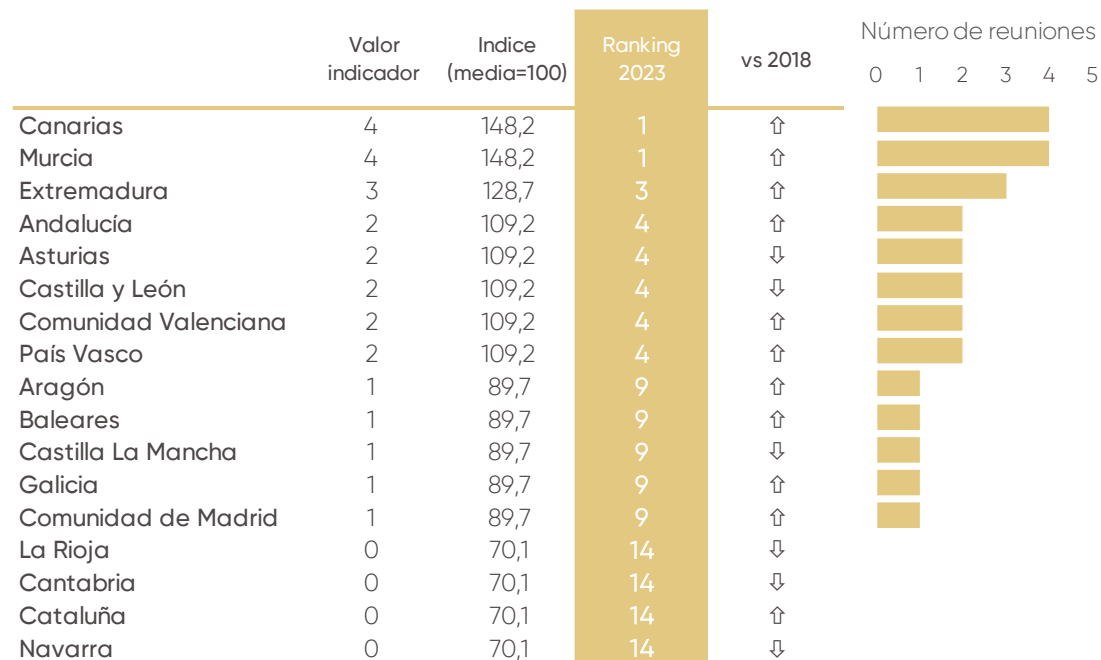


6.4. Institucionalización de la cooperación con el sector privado

Objetivo: valorar la existencia de un mecanismo institucionalizado de cooperación efectiva entre el sector público y el sector privado.

Fuente: Exceltur a partir de los datos suministrados por cada comunidad autónoma. Año 2022.

Descripción: número de reuniones que ha mantenido el foro de información, contraste y discusión con los representantes del sector privado de las medidas de política turística implementadas en cada comunidad autónoma.





6.5. Cargas impositivas sobre el sector turístico

Objetivo: evaluar las sobrecargas tributarias impuestas por las CC.AA. sobre las actividades turísticas que restan competitividad precio al producto final.

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de la normativa de aplicación sobre el tributo y el precio medio diario publicado por el INE. Año 2023.

Descripción: porcentaje que supone la carga tributaria (impuesto o tasa autonómica) sobre el precio medio final del servicio.

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	% carga tributaria		
					0%	1%	2%
Andalucía	0,0%	108,8	1	↔			
Aragón	0,0%	108,8	1	↔			
Asturias	0,0%	108,8	1	↔			
Canarias	0,0%	108,8	1	↔			
Cantabria	0,0%	108,8	1	↔			
Castilla La Mancha	0,0%	108,8	1	↔			
Castilla y León	0,0%	108,8	1	↔			
Comunidad Valenciana	0,0%	108,8	1	↔			
Extremadura	0,0%	108,8	1	↔			
Galicia	0,0%	108,8	1	↔			
Comunidad de Madrid	0,0%	108,8	1	↔			
Murcia	0,0%	108,8	1	↔			
Navarra	0,0%	108,8	1	↔			
País Vasco	0,0%	108,8	1	↔			
La Rioja	0,0%	108,8	1	↔			
Cataluña	1,8%	36,6	16	↔			
Baleares	2,0%	30,7	17	↔			



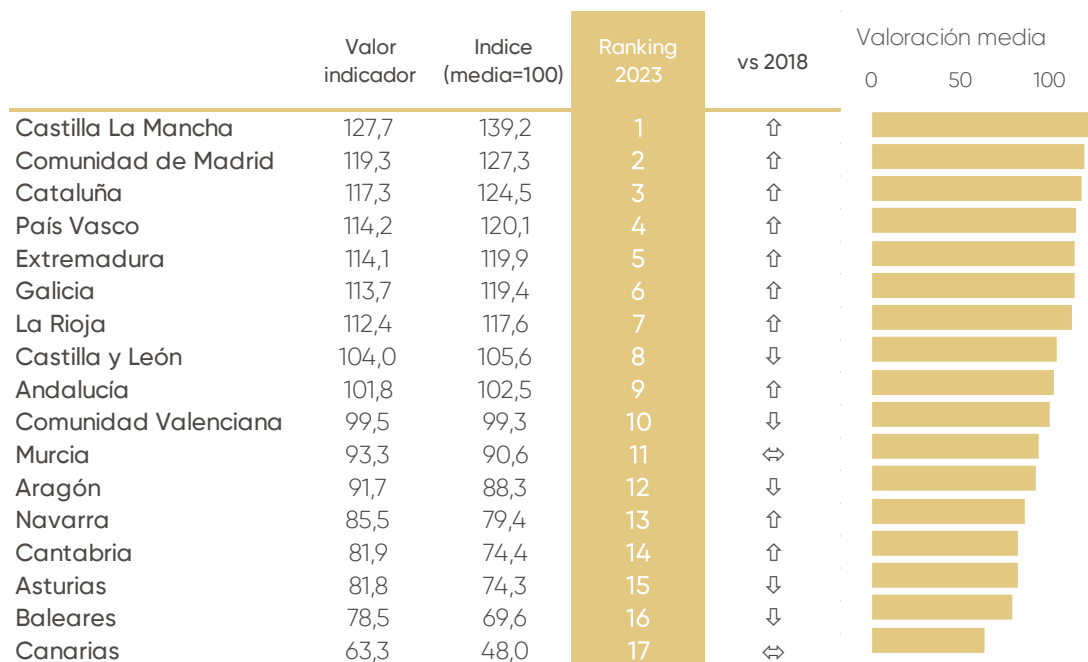
6.6.a Agilidad en la gestión administrativa

Objetivo: valorar la agilidad en la gestión administrativa de cualquiera de los trámites que hay que realizar con la administración autonómica para el desempeño de las actividades empresariales turísticas.

Fuente: Encuesta de clima turístico empresarial de Exceltur. Año 2024.

Descripción: la medición de la agilidad administrativa en la gestión de las competencias turísticas de las comunidades autónomas se ha obtenido de la valoración realizada por los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

Concretamente, recoge la valoración media de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable) de la agilidad en la gestión administrativa percibida por los empresarios turísticos con actividad en las comunidades. El valor del indicador se expresa en Índice 100, dónde 100 es la media de la valoración en las 17 comunidades autónomas.



6.6.b Adecuación de la normativa turística

Objetivo: valorar la agilidad en la adecuación de la normativa turística a la realidad empresarial.

Fuente: Encuesta de clima turístico empresarial de Exceltur. Año 2024.

Descripción: la medición de la adecuación de la normativa turística de las comunidades autónomas se ha obtenido de la valoración realizada por los empresarios en la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR.

Concretamente, recoge la valoración media de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable) de la adecuación de la normativa a las necesidades del sector según los empresarios turísticos con actividad en las comunidades. El valor del indicador se expresa en Índice 100, donde 100 es la media de la valoración en las 17 comunidades autónomas.

	Valor indicador	Índice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Valoración media		
					0	50	100
Galicia	136,0	133,9	1	↑			
Extremadura	133,4	130,7	2	↓			
Cataluña	133,2	130,3	3	↑			
Castilla y León	127,5	123,2	4	↓			
Castilla La Mancha	126,6	122,1	5	↑			
Comunidad de Madrid	122,9	117,5	6	↓			
País Vasco	119,9	113,8	7	↓			
La Rioja	119,1	112,8	8	↑			
Andalucía	111,6	103,4	9	↑			
Murcia	101,5	90,8	10	↑			
Comunidad Valenciana	101,4	90,8	11	↓			
Aragón	96,6	84,7	12	↓			
Asturias	88,3	74,3	13	↓			
Cantabria	87,6	73,5	14	↑			
Baleares	87,3	73,1	15	↓			
Canarias	80,1	64,1	16	↑			
Navarra	77,5	60,9	17	↓			



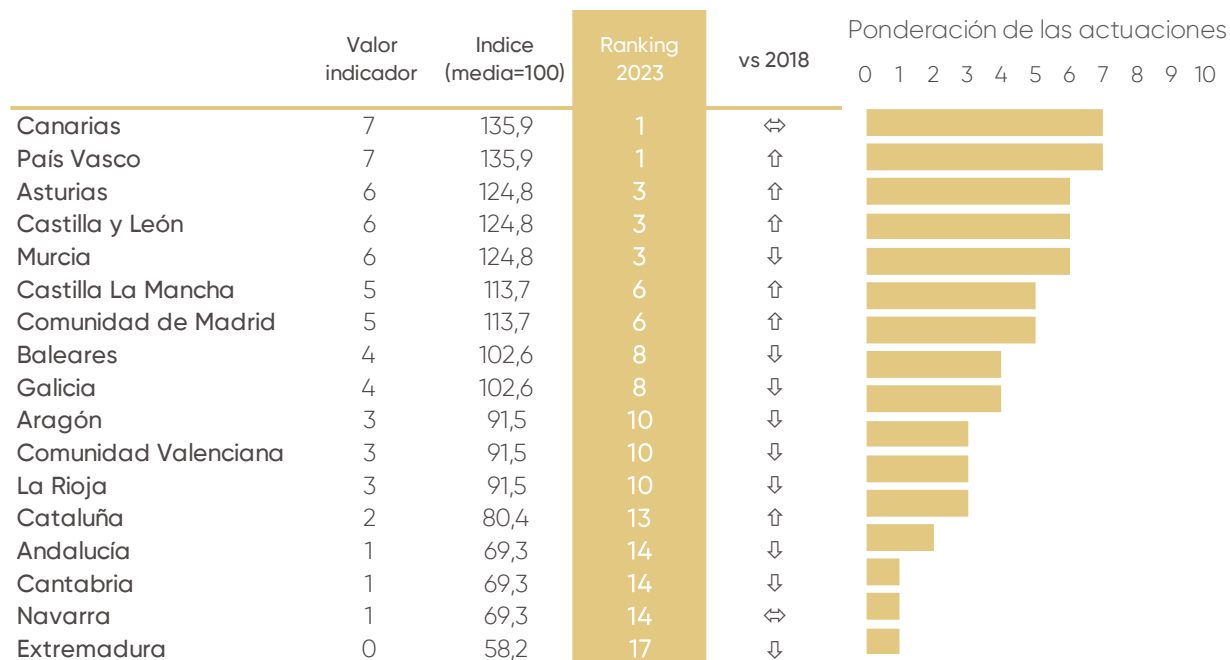
6.7. Coordinación interadministrativa

Objetivo: medir los esfuerzos en coordinación de las actuaciones desarrolladas por las comunidades autónomas en materia turística con las iniciativas de la administración central.

Fuente: Exceltur a partir de los datos suministrados por cada comunidad autónoma. Año 2022.

Descripción: el indicador se ha construido en base a la información facilitada por la organización administrativa de cada una de las 17 Comunidades Autónomas en base a los ámbitos en los que en el transcurso de 2022 mantuvieron convenios de colaboración con la administración turística estatal. En concreto, en el cálculo del indicador se ha tomado en consideración la coordinación con las siguientes actuaciones desarrolladas por la Secretaría de Estado de Turismo:

1. Campañas de promoción turística
2. Campañas de marketing on-line
3. Asistencia conjunta a ferias en mercados emergentes bajo la marca España
4. Producción de información turística
5. Programas de I+D+i turístico
6. Programas de fomento y certificación de la calidad turística
7. Clubes de producto

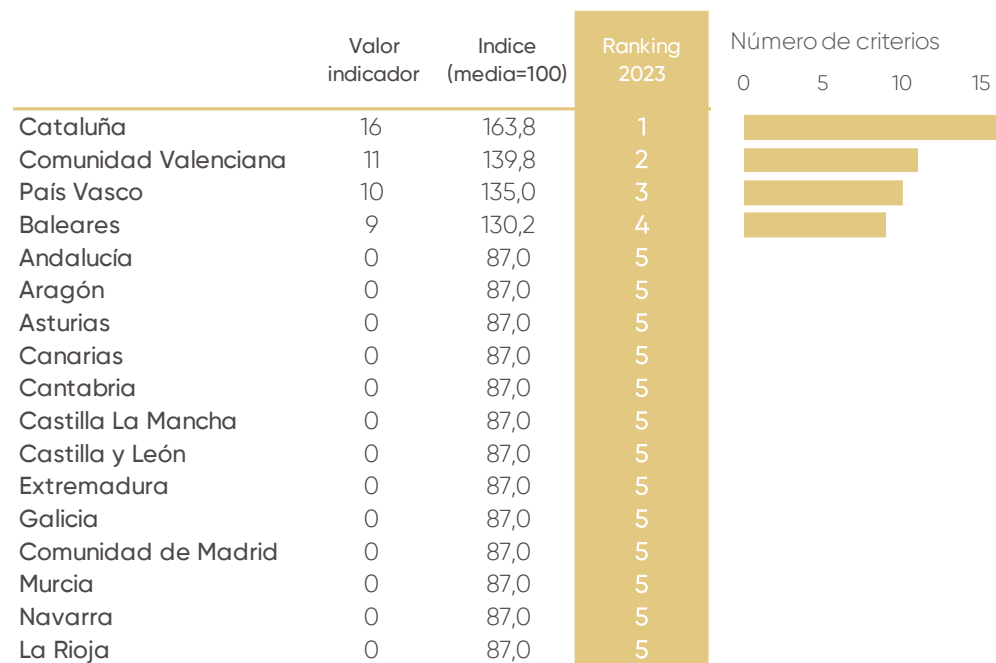


6.8.a Código Ético sectorial

Objetivo: recoger las iniciativas públicas de fomento de un comportamiento más responsable por parte del conjunto de agentes de la cadena de valor turística.

Fuente: Información aportada por las diversas CC.AA. Año 2023.

Descripción: Grado de ambición y concreción del código ético en turismo impulsado por cada comunidad autónoma.




















6.8.b Sensibilización a la sociedad

Objetivo: recoger las iniciativas de puesta en valor del turismo frente a la sociedad.

Fuente: Información aportada por las diversas CC.AA. Año 2023.

Descripción: Número de acciones para sensibilizar a la sociedad dentro de los siguientes 3 ámbitos:

- Campañas a residentes
- Acciones de valorización del papel del turismo en escuelas
- Actuaciones para reforzar el sentimiento de pertenencia de los trabajadores del sector.

	Valor indicador	Índice (media=100)	Ranking 2023	Número de acciones			
				0	1	2	3
Andalucía	2	143,0	1				
Cantabria	2	143,0	1				
Cataluña	2	143,0	1				
Asturias	1	111,2	4				
Canarias	1	111,2	4				
Castilla La Mancha	1	111,2	4				
Comunidad Valenciana	1	111,2	4				
Murcia	1	111,2	4				
Aragón	0	79,4	9				
Baleares	0	79,4	9				
Castilla y León	0	79,4	9				
Extremadura	0	79,4	9				
Galicia	0	79,4	9				
Comunidad de Madrid	0	79,4	9				
Navarra	0	79,4	9				
País Vasco	0	79,4	9				
La Rioja	0	79,4	9				




















6.8.c Seguimiento del sentimiento de los residentes respecto al turismo

Objetivo: recoger los instrumentos puestos en marcha para conocer el sentimiento ciudadano respecto al valor y percepción del turismo.

Fuente: Información aportada por las diversas CC.AA. Año 2023.

Descripción: existencia de un sistema de seguimiento de la percepción social del turismo por parte de los residentes y número de criterios que cumple sobre su recurrencia, decalaje en su publicación e información de carácter abierto para todos los agentes interesados.

	Valor indicador	Índice (media=100)	Ranking 2023	Número de criterios			
				0	1	2	3
Baleares	3	133,0	1				
Comunidad Valenciana	3	133,0	1				
Galicia	3	133,0	1				
Navarra	3	133,0	1				
País Vasco	3	133,0	1				
Canarias	2	114,9	6				
Cataluña	2	114,9	6				
Comunidad de Madrid	1	96,8	8				
Murcia	0	78,7	9				
Andalucía	0	78,7	9				
Aragón	0	78,7	9				
Asturias	0	78,7	9				
Cantabria	0	78,7	9				
Castilla La Mancha	0	78,7	9				
Castilla y León	0	78,7	9				
Extremadura	0	78,7	9				
La Rioja	0	78,7	9				

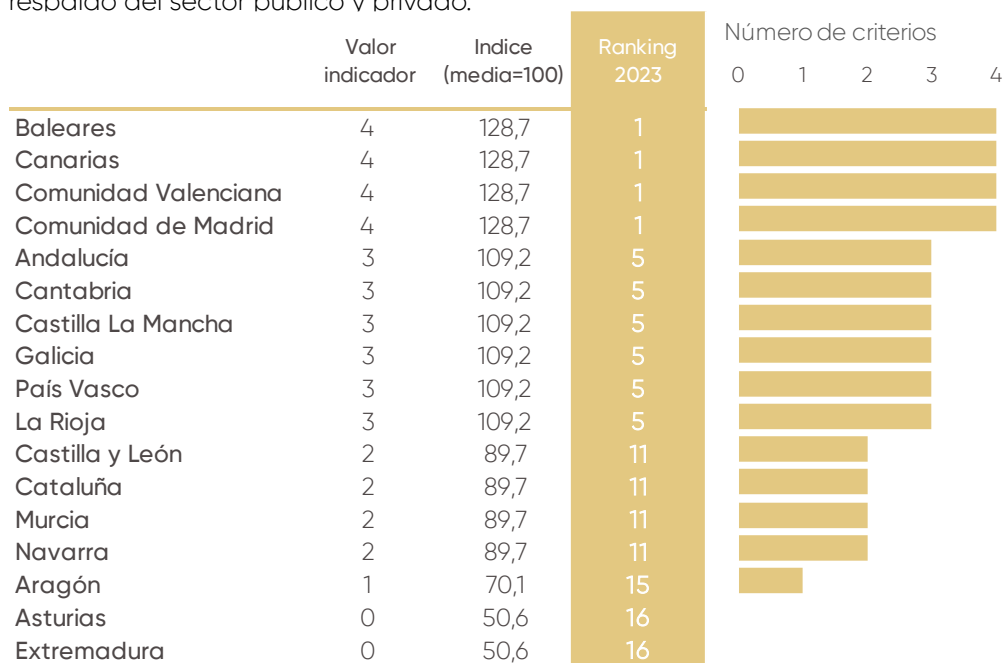


6.8.d Medición de la contribución socio económica del turismo

Objetivo: aproximar el esfuerzo en trasladar a la sociedad la generación de riqueza y prosperidad por parte del turismo.

Fuente: Información aportada por las diversas CC.AA. Año 2023.

Descripción: Existencia de un instrumento estadístico (cuenta satélite o estudio de impacto) que mida la contribución del turismo a la sociedad para cada comunidad y número de criterios cubiertos sobre su comparabilidad con la Cuenta Satélite del INE, recurrencia y decalaje de la información publicada y elaboración con el respaldo del sector público y privado.





RANKING AGREGADO

PILAR 4.

Diversificación y
categorización de
productos turísticos

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
País Vasco	1	119,4	↑
Canarias	2	113,6	↑
Comunidad Valenciana	3	111,5	↓
Murcia	4	109,9	↓
Galicia	5	109,4	↑
Andalucía	6	109,0	↓
Comunidad de Madrid	7	104,5	↑
Castilla y León	8	101,4	↓
Castilla La Mancha	9	98,7	↔
Asturias	10	95,8	↑
Baleares	11	93,9	↑
Extremadura	12	93,6	↓
Cantabria	13	88,8	↑
La Rioja	14	88,7	↓
Aragón	15	88,0	↓
Navarra	16	87,5	↓
Cataluña	17	86,4	↔



PILAR 7. Desempeño: resultados económicos y sociales

Síntesis de los ámbitos e indicadores de este pilar:

- 7.1. Total de ingresos turísticos
- 7.2. Eficiencia del modelo turístico
 - 7.2.a. Ingresos turísticos por plaza alojativa
 - 7.2.b. Rentabilidad hotelera (RevPAR)
- 7.3. Estacionalidad
- 7.4. Posicionamiento de mercado
 - 7.4.a. Gasto medio del turista
 - 7.4.b. Satisfacción del turista
- 7.5. Contribución social
 - 7.5.a. Ingresos turísticos por habitante
 - 7.5.b. Empleo en ramas turísticas



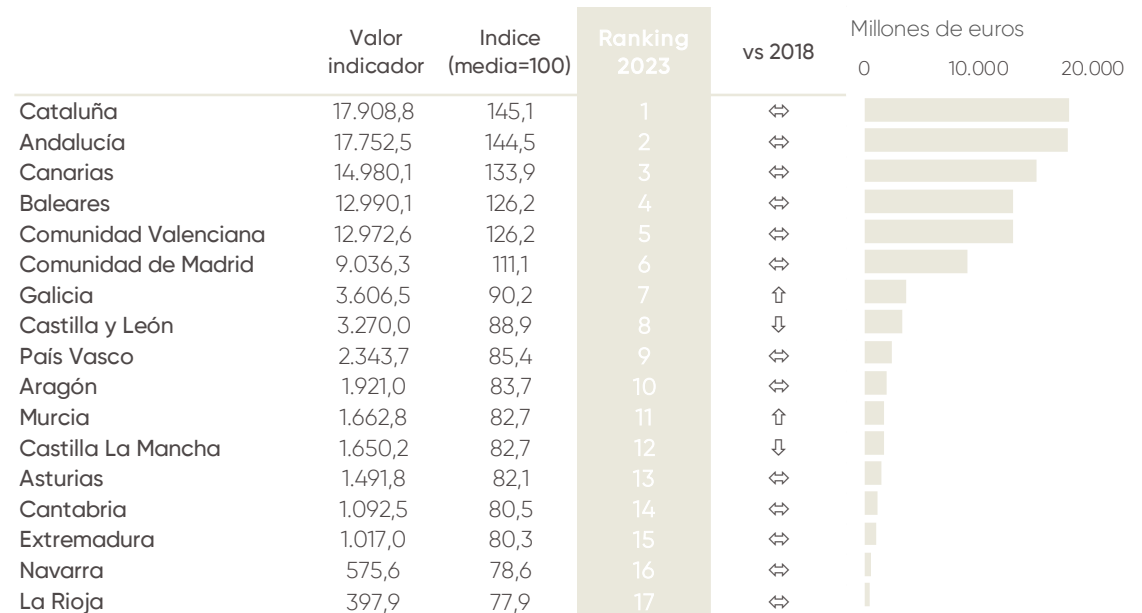
7.1. Total de ingresos turísticos

Objetivo: comparar el desempeño de la actividad turística y el posicionamiento competitivo de las diferentes comunidades autónomas en términos de la derrama económica que generan, a partir de los ingresos que revierten a la comunidad autónoma vinculados al viaje y estancia de los turistas españoles y extranjeros.

Fuentes: Exceltur a partir de ETR, EGATUR, Encuestas de Presupuestos Familiares y Contabilidad Regional (INE). Año 2022.

Descripción: ingresos que revierten en el destino, como suma del gasto de los viajes de los españoles residentes en la comunidad autónoma, los españoles que viajan desde otras comunidades y los turistas extranjeros.

- El gasto turístico de los españoles residentes en la comunidad autónoma se basa en la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE, que proporciona información anual sobre el gasto de consumo de los hogares. Se estima qué porcentaje de este gasto corresponde a movimientos turísticos y se calcula el gasto turístico específico de los hogares residentes en la comunidad utilizando datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR)
- El gasto turístico de los españoles no residentes, es decir, de los españoles de otras comunidades autónomas, se calcula a partir de la matriz de gasto turístico por comunidad de origen y destino proporcionada por la ETR. Esta estadística incluye el gasto total en origen y destino de todas las comunidades, lo que puede sobrevalorar el gasto
- El gasto turístico de los extranjeros se basa en los datos de la estadística EGATUR del INE. Se diferencian los gastos realizados en origen y destino para obtener el gasto que revierte en la comunidad



7.2.a. Ingresos turísticos por plaza alojativa

Objetivo: medir la eficiencia del modelo de desarrollo turístico de las comunidades autónomas a partir del indicador de ingreso turístico por plaza alojativa que revela la contribución económica real de cada una de las plazas alojativas del conjunto de la oferta de la comunidad.

Fuentes: encuestas de ocupación del INE (Encuesta de ocupación hotelera, Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos, Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos: considera acampamentos de turismo o campings y Encuestas de ocupación en alojamientos de turismo rural). certificados de fin de obra del Ministerio de Fomento. Año 2022.

Descripción: el ingreso turístico por plaza alojativa, calculado como el cociente entre los ingresos turísticos totales y la suma del número de plazas regladas (hoteles, apartamentos, campings y turismo rural) y plazas residenciales.

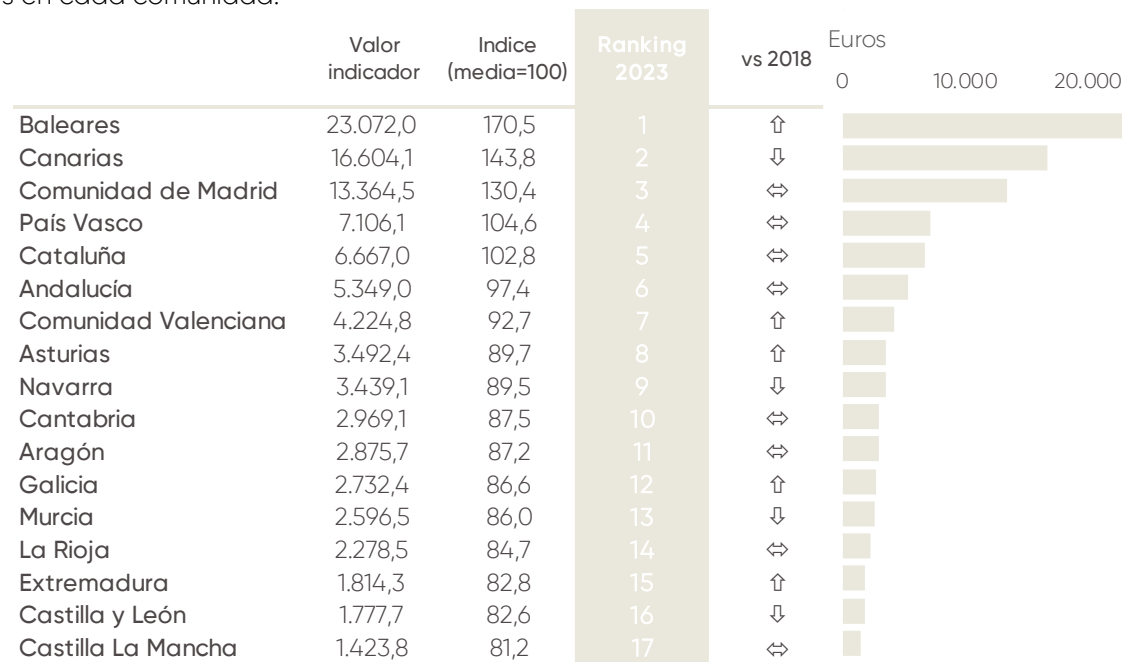
El número de plazas alojativas regladas por comunidad autónoma se calcula a partir de las encuestas de ocupación del INE.

Partiendo de los datos de frecuencia mensual del número de plazas alojativas en cada una de las categorías de alojamiento reglado se considera el máximo nivel de la serie como el número de plazas reales ofertadas en cada comunidad.

Para el cálculo del número plazas alojativas residenciales por comunidades autónomas se parte del concepto de viviendas de potencial uso turístico, denominado "alojamiento privado" en las clasificaciones internacionales sobre turismo. Estos alojamientos han sido declarados por sus propietarios como segundas residencias o estaban vacías en el momento de la realización del último Censo de Viviendas publicado por el INE (2021), considerando el total de las segundas residencias y la mitad de las declaradas como vacías como viviendas de potencial uso turístico.

Con el objeto de incorporar la evolución del parque de viviendas de potencial de uso turístico desde el año 2021, fecha al que hace referencia el último censo, y la dimensión del mismo en el año 2022, se ha utilizado la información proporcionada por el Ministerio de Fomento sobre certificados de fin de obra en el período 2021-2022.

Una vez conocido el número de viviendas de potencial uso turístico se les ha asignado una capacidad de alojamiento de tres plazas por vivienda obteniendo de esta manera el número de plazas residenciales por comunidades autónomas.

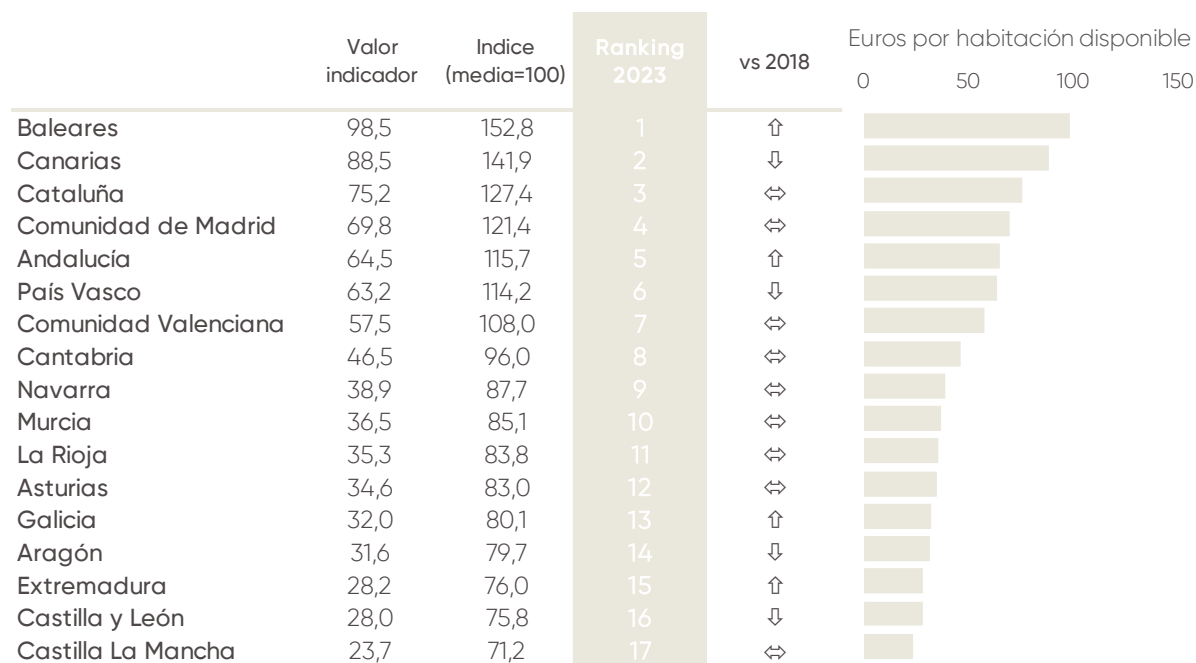


7.2.b. Rentabilidad hotelera (RevPAR)

Objetivo: medir la rentabilidad del sector de alojamiento reglado, en base a los ingresos medios obtenidos por habitación disponible en los hoteles de la comunidad: (RevPAR: Revenue Per Available Room). De este indicador hotelero no sólo se deriva los ingresos hoteleros sino también en un reflejo de la capacidad competitiva del destino y de los resultados de la puesta en valor de sus recursos turísticos.

Fuente: Coyuntura Turística Hotelera (EOH) del INE. Año 2022.

Descripción Ingreso por Habitación Disponible (RevPAR), calculado como el cociente entre el precio medio por el número de habitaciones ocupadas y el número de habitaciones disponibles. Cabe hacer notar que “los ingresos hacen referencia a aquellos percibidos por los hoteleros por la prestación del servicio de alojamiento, sin incluir otro tipo de servicios que sí pueda ofrecer el establecimiento, como pueden ser servicios de restauración, minibar, spa, gimnasio, organización de reuniones o eventos, ...” tal y como pone de manifiesto el INE.



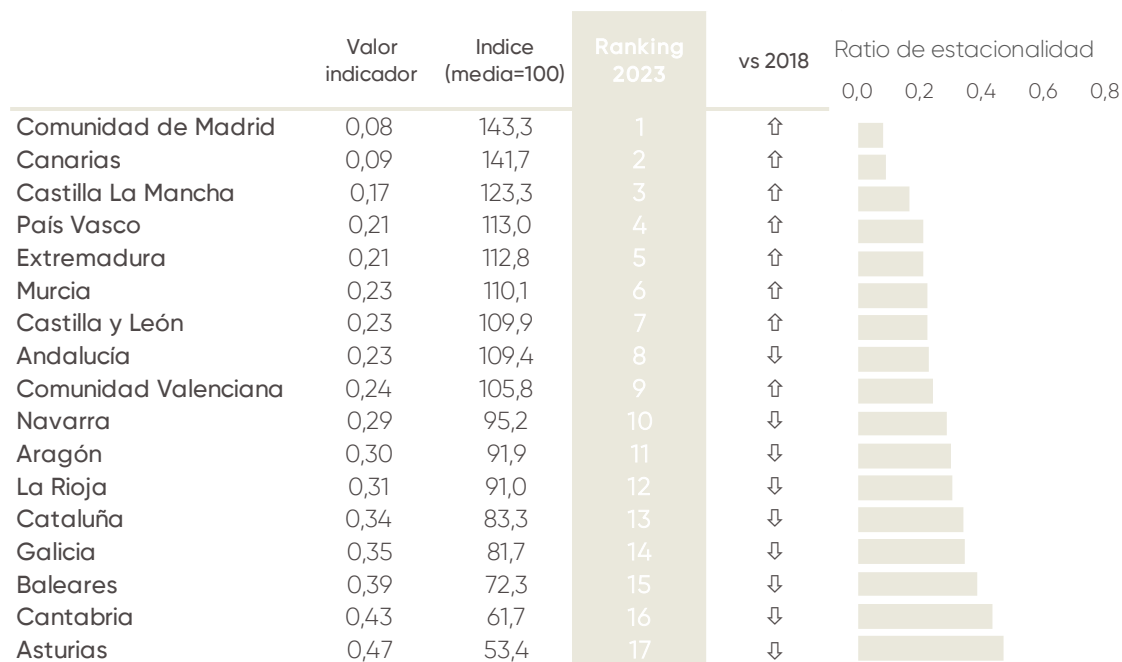
7.3. Estacionalidad

Objetivo: medir la estacionalidad de la demanda, que condiciona de manera importante el desempeño socioeconómico de la actividad turística en las comunidades autónomas. La fuerte concentración de la actividad turística en un período determinado del año influye no sólo sobre la calidad y estabilidad final de los ingresos, sino también sobre otros factores claves que los condicionan.

Fuentes: Exceltur a partir de encuestas de ocupación turística del INE de las tipologías de alojamiento reglado (hoteles, apartamentos turísticos, campings y turismo rural). Año 2022.

Descripción: diferencias entre el número de pernoctaciones entre todos los meses del año.

En cada comunidad autónoma y para las tipologías de alojamiento reglado (hotel, apartamento, camping y turismo rural) se calcula las variaciones absolutas intermensuales de las pernoctaciones registradas entre los diferentes meses del año. Una vez obtenido el agregado dichas variaciones se relativiza por el número de pernoctaciones totales anuales en cada comunidad en alojamiento reglado, obteniendo de esta manera la ratio de estacionalidad.



7.4.a. Gasto medio del turista

Objetivo: medir el nivel de gasto medio diario del turista como un indicador clave del posicionamiento de mercado de los destinos turístico que integran una comunidad y sus condiciones competitivas.

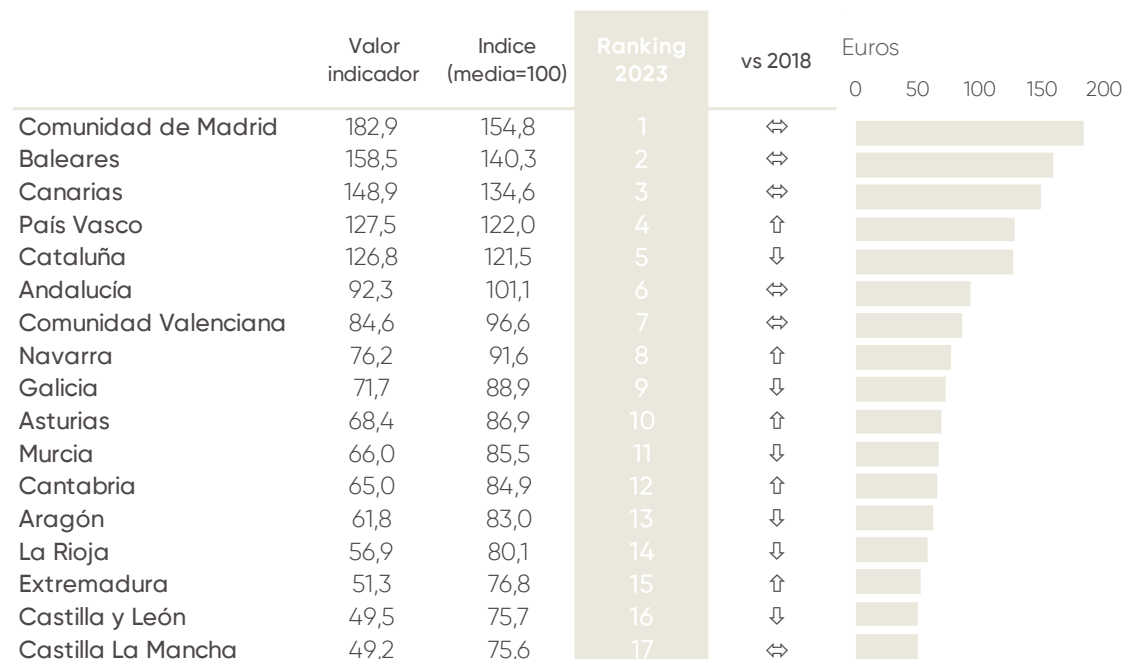
Fuentes: Exceltur a partir de EGATUR y ETR (INE). Año 2022.

Descripción: El gasto medio del turista en la comunidad autónoma de referencia, calculado como la media ponderada por el número de pernoctaciones entre el gasto medio diario del turista residente y del turista extranjero.

$$GTOMD = \frac{(GTOMD_{extranjero} * PER_{extranjeros}) + (GTOMD_{españoles} * PER_{españoles})}{(PER_{extranjeros} + PER_{españoles})}$$

siendo: GTOMD: gasto medio diario

PER: número de pernoctaciones



7.4.b. Satisfacción del turista

Objetivo: medir el posicionamiento competitivo de los destinos y comunidades autónomas a través del grado de satisfacción de los turistas que los visitan.

Fuentes: Exceltur a partir de EGATUR y ETR (INE). Año 2023.

Descripción: niveles de satisfacción del turista español que publica ETR y los datos que proporciona EGATUR para los turistas extranjeros.

Para calcular el valor medio los niveles de satisfacción del mercado español y extranjero se pondera por lo niveles de pernoctaciones de cada uno de los mercados para cada comunidad. Es decir:

$$STFMD = \frac{(STFMD_{extranjero} * PE_{Re\ xtranjeros}) + (STFMD_{españoles} * PE_{Re\ españoles})}{(PER_{extranjeros} + PE_{Re\ españoles})}$$

siendo: STFMD: satisfacción media

PER: número de pernoctaciones

	Valor indicador	Indice (media=100)	Ranking 2023	vs 2018	Grado de satisfacción 0 5 10 15 20 25
Asturias	8,91	141,7	1	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Aragón	8,87	127,6	2	↔	<div style="width: 100%;"></div>
Andalucía	8,86	123,9	3	↑	<div style="width: 100%;"></div>
País Vasco	8,85	121,0	4	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Cantabria	8,83	115,8	5	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Extremadura	8,82	113,8	6	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Baleares	8,80	107,3	7	↓	<div style="width: 100%;"></div>
Castilla La Mancha	8,80	106,3	8	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Canarias	8,80	106,2	9	↓	<div style="width: 100%;"></div>
Cataluña	8,78	102,2	10	↓	<div style="width: 100%;"></div>
Comunidad Valenciana	8,78	102,1	11	↓	<div style="width: 100%;"></div>
Castilla y León	8,77	97,9	12	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Galicia	8,69	74,8	13	↓	<div style="width: 100%;"></div>
Comunidad de Madrid	8,69	72,0	14	↑	<div style="width: 100%;"></div>
Murcia	8,68	70,7	15	↑	<div style="width: 100%;"></div>
La Rioja	8,67	67,3	16	↓	<div style="width: 100%;"></div>
Navarra	8,61	49,5	17	↓	<div style="width: 100%;"></div>

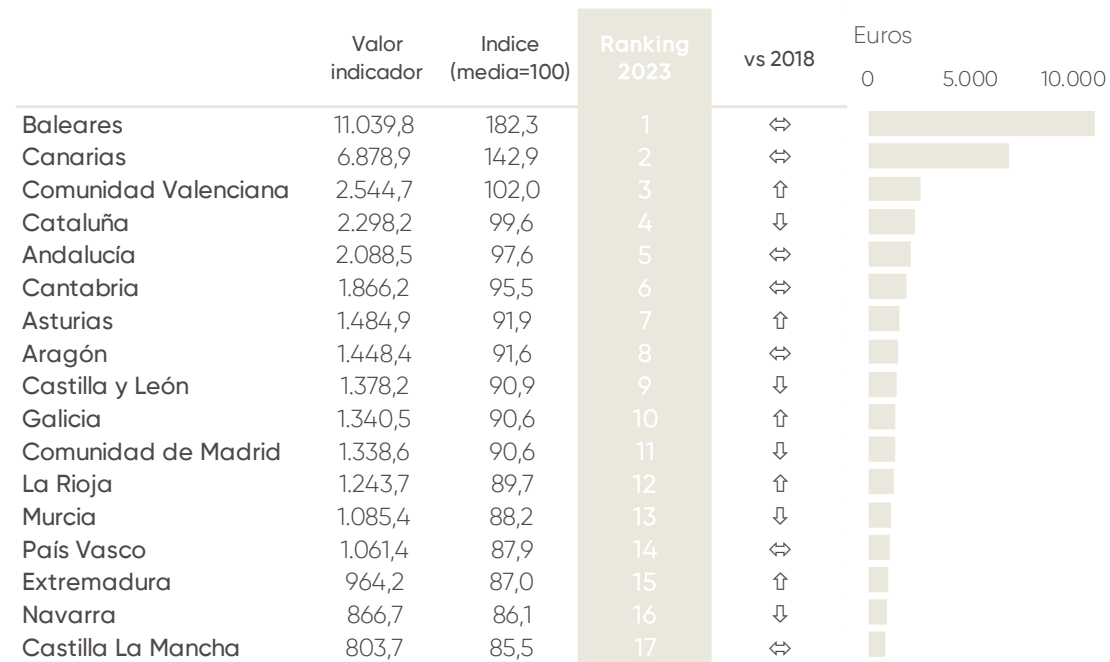


7.5.a. Ingresos turísticos por habitante

Objetivo: conocer la contribución económica y efectos multiplicadores de carácter económico y social de la actividad turística para la población de cada comunidad.

Fuentes: Exceltur a partir de ETR, EGATUR, Encuestas de Presupuestos Familiares, Contabilidad Regional y Padrón municipal del INE. Año 2022.

Descripción: los ingresos turísticos por habitante son calculados como el cociente entre el indicador de ingresos turístico elaborado para el monitor y la población de la comunidad autónoma a partir de los datos del Padrón municipal para el año 2022.



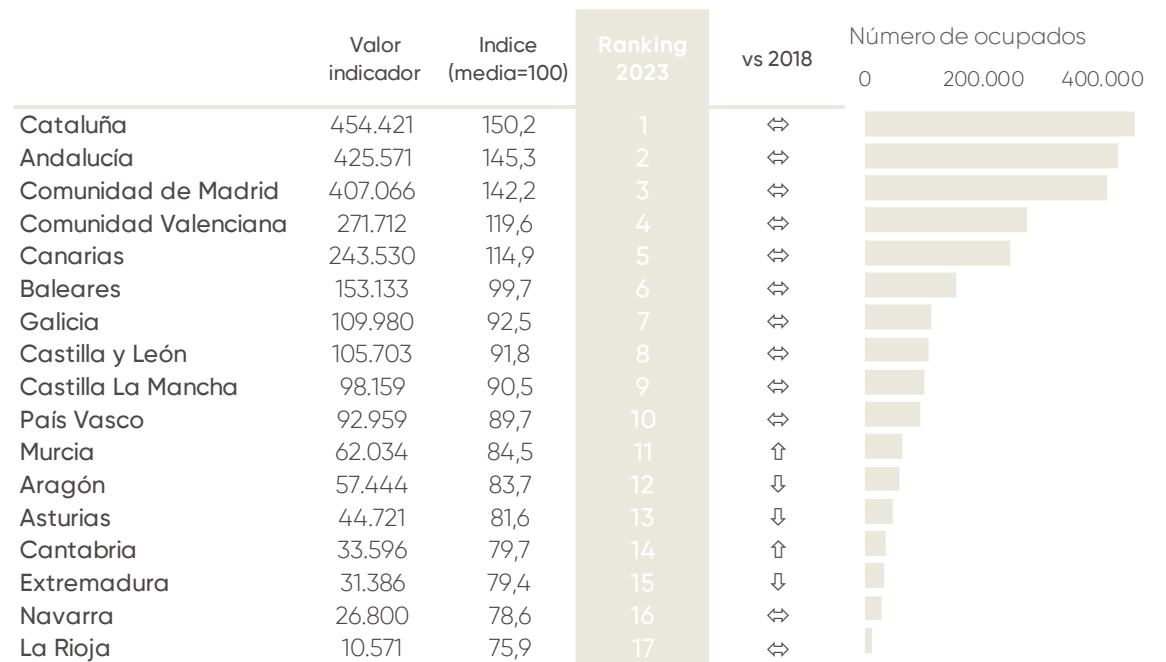
7.5.b. Empleo en ramas turísticas

Objetivo: medir el empleo en las ramas turísticas a partir los datos de personal ocupado relacionado con la actividad turística.

Fuentes: Turespaña a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Activa (EPA, INE). Año 2022.

Descripción: se emplea la explotación que realiza Turespaña de los datos de personal ocupado relacionado con la actividad turística, que sigue las recomendaciones internacionales y agrega las actividades características del turismo correspondiente a las siguientes ramas de actividad de la CNAE 20094:

- 55 y 56 Hostelería
- 491 Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril
- 493 Otro transporte terrestre de pasajeros
- 501 Transporte marítimo de pasajeros
- 503 Transporte de pasajeros por vías navegables interiores
- 511 Transporte aéreo de pasajeros
- 522 Actividades anexas al transporte
- 791 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos
- 799 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
- 771 Alquiler de vehículos de motor
- 773 Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles
- 900 Actividades de creación, artísticas y espectáculos
- 910 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
- 931 Actividades deportivas
- 932 Actividades recreativas y de entretenimiento





RANKING AGREGADO

PILAR 7.

Desempeño: resultados económicos y sociales

	Ranking 2023	Indice (media=100)	vs 2018
Canarias	1	133,6	↔
Baleares	2	126,9	↔
Comunidad de Madrid	3	119,5	↑
Andalucía	4	118,3	↑
Cataluña	5	116,9	↓
Comunidad Valenciana	6	108,5	↔
País Vasco	7	100,1	↔
Aragón	8	92,2	↑
Castilla La Mancha	9	91,2	↑
Castilla y León	10	90,9	↓
Extremadura	11	89,8	↑
Galicia	12	88,9	↓
Murcia	13	87,3	↔
Navarra	14	85,5	↓
La Rioja	15	84,3	↓
Asturias	16	83,6	↔
Cantabria	17	82,4	↔



