

Atlas de contribución municipal del turismo en España Año 2024

Decálogo por un avance en la gestión de los destinos consolidados

Mayo de 2025



INDICE DE CONTENIDOS



Atlas de EXCELTUR: una herramienta de conocimiento para impulsar un turismo que suma [pág. 3](#)



Rasgos diferenciales del desempeño y la contribución social del turismo en los destinos consolidados [pág. 6](#)



Decálogo para afrontar los retos de los destinos españoles consolidados [pág. 10](#)



Ranking y posicionamiento de los municipios españoles por su relevancia turística y contribución social [pág. 24](#)

- Información detallada para cada uno de los 500 destinos: modelo alojativo e implicaciones sobre su contribución social
- Ranking de destinos de relevancia turística y contribución por CCAA [pág. 32](#)
- Alcance y definiciones [pág. 52](#)
- Pautas de interpretación de resultados [pág. 53](#)
- Anexo metodológico [pág. 54](#)



Segunda edición del Atlas de EXCELTUR: una herramienta de conocimiento para impulsar un turismo que suma

- La segunda edición del **Atlas de contribución municipal del turismo de Exceltur** se presenta en un momento especialmente significativo para **profundizar en la comprensión de la relevancia, incidencia y contribución real del turismo en el ámbito local**. El atractivo como destinos turísticos (y como lugares para residir) de un número creciente de territorios y la fortaleza de la demanda turística exigen disponer de **nuevas métricas objetivas, territorializadas y comparables para gestionar los retos de la mayor afluencia turística y sus implicaciones sobre elementos clave de su sistema socioeconómico y natural**.
- En los dos últimos años, desde la primera edición del Atlas de Exceltur, **la relevancia del turismo ha ido creciendo, consolidando su capacidad para generar prosperidad, traducido en valor añadido y oportunidades laborales en todo el territorio español que reflejan esta segunda edición** (el empleo vinculado al turismo ha crecido un +19,3% respecto a 2022 en los 500 destinos del atlas). Esta positiva dinámica, sin embargo, coincide con **episodios de contestación ciudadana en algunos destinos y momentos del tiempo** respecto al valor aportado por el turismo.
- **Desde EXCELTUR no queremos ser ajenos a este debate** que se produce en un entorno creciente de lugares en España, tanto en ciudades como en zonas de costa, especialmente en los archipiélagos, que suponen zonas donde el turismo representa una fuente consolidada de contribución económica. Una **realidad que demanda un cambio de paradigma en la manera en la que hemos venido entendiendo y midiendo el éxito turístico** (basado casi exclusivamente en “cuanto más volumen de turistas, mejor”), pero sobre todo en la **forma de responder y hacer que el turismo se mantenga como una fuente de prosperidad en equilibrio con la preservación de la calidad de vida y los recursos territoriales de los destinos**. Impulsar un turismo que suma para todos.

- Siguiendo con estos principios, **en julio de 2024 hicimos público nuestro compromiso para trabajar en esta dirección a través de la presentación del Manifiesto "Por un turismo con propósito, responsable, inclusivo y regenerativo: El turismo que todos queremos"**. Desde entonces, nos preocupa que, sin un diagnóstico preciso que permita identificar claramente cuáles son las causas subyacentes de los problemas y desafíos de diferente naturaleza que afectan a nuestros destinos y sus sociedades, muchos de ellos no atribuibles de forma preeminente a la actividad turística, algunos gestores públicos estén planteando "tratamientos de choque" desorientados y, en algún caso, discriminatorios, tan dirigidos a responder a una parte de la opinión pública como poco eficaces en la resolución de los mismos.
- Es el caso de iniciativas como:
 - ✓ El **reciente decreto turístico promovido por el Gobierno de Baleares** que, bajo la pretensión de contener la oferta turística da carta de naturaleza a la regularización masiva de plazas de alquiler turístico que consolida la presión turística en las islas o el cuestionamiento del esfuerzo en promoción, que sirve para atraer los turistas más interesantes.
 - ✓ El **incremento de impuestos turísticos a la pernoctación**, con los que parte se pretende financiar políticas de acceso a la vivienda como ha sucedido **en Cataluña**, desvirtuando la finalidad del impuesto como si lo recaudado fuera a ser suficiente para revertir un problema de la magnitud del de la carestía vivienda social de Cataluña; o la defensa de **imposición de nuevos impuestos turísticos** por parte de destinos tan consolidados como Sevilla, Cádiz, San Sebastián, Salou o Málaga para financiar gastos de servicios públicos.
 - ✓ **La aprobación por parte el Consell de Ibiza de una ley para limitar el número de vehículos que los turistas pueden desembarcar** como la mejor solución posible a los elevados niveles de saturación vial en la isla, cuando dichos vehículos apenas representan el 1,5% de la flota local, y **limitar el número de vehículos de alquiler** cuya flota no supera el 10% del total de vehículos que circulan por la isla.
 - ✓

- En este contexto, y como desarrollo de los principios del manifiesto, desde EXCELTUR presentamos hoy esta segunda edición del Atlas con nuevos indicadores e información actualizada sobre la incidencia del turismo a nivel local, un **decálogo de principios que rijan desde una visión rigurosa y constructiva la actuación de los responsables políticos en estos destinos consolidados**. Un decálogo que parte de la necesidad que tienen los destinos de **elegir un posicionamiento de futuro**, de entender el turismo con un elemento esencial de la complejidad de su sistema territorial y económico, de modificar las métricas para su evaluación -más basadas en su contribución socioeconómica y de calidad de vida de sus sociedades locales-- y de **implementar sistemas de planificación y gestión efectivos que primen las propuestas más interesantes en su modelo de prosperidad y convivencia de medio y largo plazo, previos al establecimiento de penalizaciones**.
- En este marco, y con el objetivo de aportar una visión más integral sobre el papel territorial del turismo, para abordar los retos de este nuevo paradigma de gestión turística, presentamos la segunda edición del **"Atlas de contribución municipal del turismo en España"**. Esta herramienta ofrece información detallada a nivel local sobre la relevancia del turismo y su contribución socio económica. El Atlas responde a una visión de un turismo que suma, al incorporar métricas que permiten evaluar su contribución en su dimensión económica, social y a nivel territorial, con información para **500 municipios, que aglutinan el 82,8%** de toda la oferta de alojamiento turístico de mercado, contemplando toda la geografía española.

Rasgos diferenciales del desempeño y la contribución social del turismo en los destinos consolidados

- Si la primera edición del Atlas estuvo principalmente orientada a aportar información y elementos de reflexión para apoyar a los nuevos equipos municipales en la toma de decisiones en materia turística durante la legislatura 2023-2027, esta **segunda edición asume un nuevo propósito: aportar conocimiento para responder a los crecientes desafíos que afrontan los destinos turísticos consolidados**, particularmente en términos de cohesión social y equilibrio ambiental y territorial, con especial énfasis en extender los mayores beneficios socioeconómicos entre los ciudadanos.
- Estos destinos se caracterizan por haber alcanzado un alto grado de desarrollo turístico, evidenciado por un notable nivel de oferta y demanda recurrente y potencial, elevados grados de ocupación e ingresos turísticos. Todo ello resultado de años de posicionamiento, promoción y creciente reconocimiento y atractivo en los mercados nacionales e internacionales.
- La información que nos proporciona la segunda edición del Atlas permite objetivar esta caracterización en cinco rasgos claves para abordar los retos de gestión a futuro de los destinos turísticos españoles, especialmente los consolidados:
 1. **Las prioridades para impulsar las bases del decálogo que proponemos para afrontar los retos del futuro en esta segunda edición son claves para un conjunto de municipios en los que se concentra la mayor parte de la oferta y la demanda turística en España.** Los datos del Atlas de 2024 reflejan como el 40,9% de la oferta de alojamiento turístico de mercado (hoteles, apartamentos, campings, turismo rural y viviendas de uso turístico) se localiza apenas en 50 de los más de 8.000 municipios de España, detallados en el ranking que se presenta en este documento. Estos destinos acogen el 36,6% de la demanda turística, el 49,5% de la internacional, según las estadísticas experimentales del INE, y solo un 21,2% de la población.

2. La estructura alojativa predominante entre los destinos consolidados vacacionales en torno al alojamiento reglado, especialmente hotelero, permite vertebrar y dinamizar el resto de las actividades y servicios turísticos que conforman el clúster de empresas del destino. El elevado grado de implantación de este tipo de alojamientos en estos destinos (más del 75 % de la oferta de alojamiento total en 24 destinos analizados es reglada, con una presencia destacada de hoteles en 21 de ellos) actúa como un importante elemento aglutinador y revitalizador del resto del tejido productivo turístico, y que se hace más evidente cuando se alarga el periodo de apertura de dichos establecimientos más allá de la temporada habitual. Una tipología alojativa que además se encuentra asociada a una mayor capacidad de generación de empleo por plaza, a una contribución más significativa en términos de ingresos turísticos y fiscales, y produce un efecto tractor sobre la profesionalización del conjunto del clúster turístico local. Como resultado, estos destinos presentan mejores indicadores de desempeño: mayores niveles medios de ocupación (69,2 % frente al 53,5 % del resto de los 450 destinos analizados en el Atlas de Exceltur), ingresos por plaza (101 € frente a 84,6 €) y empleo por cada 1.000 plazas turísticas (217 frente a 192).
3. Son los destinos consolidados los que mayores niveles de crecimiento en la oferta alojativa y de resto de propuestas turísticas han experimentado en los últimos años, protagonizado fundamentalmente por la entrada en el mercado de nuevas plazas en viviendas de uso turístico, explicando una parte significativa de la mayor presión turística y situando su ordenación y gestión como una prioridad estratégica a nivel municipal. Según la información del Atlas, el volumen de plazas de alojamiento en viviendas de uso turístico aumentó un 25,3% en 2024 respecto a 2022 (hoteles +2,0%, y apartamentos, campings y rural +1,4%), con grandes crecimientos en muchos de los principales destinos (Madrid +48,8%, Barcelona +26,4%, Benidorm +21,6%, Marbella +21,2%, Sevilla +31,8%, Valencia +56,4% y Málaga +35,8%) y con una parte relevante de la oferta de carácter ilegal, según ha puesto de manifiesto recientemente el Ministerio de Consumo. Derivado de esta evolución, a cierre de 2024, en 13 (Marbella, Sevilla, Valencia, Málaga, Calpe, Benalmádena, Alicante, Torroella de Montgrí, Cambrils, Peñíscola, Castello d'Empúries, Oropesa del Mar y Cartagena) de estos destinos consolidados, las plazas en viviendas de uso turístico (VUT) ya superaban el número de plazas hoteleras, y en 4 de ellos (Marbella, Valencia, Málaga y Alicante), a la suma de todas las plazas en alojamientos reglados.

Pese a los esfuerzos de los gobiernos autonómicos y locales para ordenar este fenómeno, mediante nuevas iniciativas normativas y el refuerzo de los mecanismos de inspección, la existencia de tal cantidad de oferta ilegal (**65 mil anuncios ilegales, suponen 250 mil plazas turísticas, equivalente a todas las plazas hoteleras de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga, juntas**) sugiere la necesidad de contar con instrumentos legales adicionales que impidan la comercialización de viviendas turísticas que no cumplan con la normativa vigente.

4. El atractivo de estos destinos ha propiciado un crecimiento de la población residente que explica una parte relevante del aumento de la presión humana experimentada entre 2022 y 2024 en estos municipios. El mayor número de residentes en estos destinos consolidados casi triplicó el incremento de turistas en alojamientos de pago (de mercado), explicando el 73,8% de la mayor presión humana en los destinos. Aún cuando hay una percepción que la mayor presencia humana en muchos lugares y especialmente en sus centros históricos, frentes costeros, playas, parques naturales e infraestructuras, como reflejan estas cifras, la mayor parte se deriva del aumento de población residente que se ha producido en estos lugares.
5. Los destinos de sol y playa, y especialmente un grupo reducido de municipios, son los que siguen presentando una mayor relevancia sobre la actividad turística total en España (por el volumen de oferta y demanda que presentan, a la vez que concentran los retos competitivos más estructurales). El atractivo del litoral español y la puesta en valor de las múltiples experiencias lúdicas vinculadas al disfrute de la costa explican que 41 de los 50 destinos turísticos consolidados de España, en términos de dimensión de su oferta turística alojativa de mercado y la relevancia del turismo en su tejido socio económico, sean destinos localizados en la costa peninsular y las islas.

Algunos de estos destinos consolidados han sido objetos en los últimos años de una apuesta inversora hacia su reposicionamiento, principalmente protagonizada por el sector privado y centrado en el alojamiento hotelero. Una realidad que contrasta con la limitada capacidad de respuesta estructural de las administraciones públicas para acompañar y multiplicar la inversión en otros subsectores y elementos esenciales de su posicionamiento turístico, a la vez que en ámbitos para gestionar la mayor presión humana, como la vivienda, infraestructuras básicas o sistemas de gestión.

Desde Exceltur seguimos defendiendo la oportunidad de promover en estos destinos una apuesta país hacia un nuevo paradigma que prime la renovación de lo ya construido para su revalorización frente a la mera creación de nueva oferta inmobiliaria, que potencie los productos y experiencias turísticas de mayor contribución integral a la sociedad frente a los más indiferenciados, que promueva espacios de alta calidad de vida para la localización de actividades (servicios avanzados) complementarias a las turísticas, que genere una menor huella ambiental, con una mayor eficiencia energética, gracias a la gestión activa de modelos de movilidad más calmados y que promueva unos mayores ingresos fiscales para favorecer y gestionar las necesidades de la sociedad local. Una iniciativa que bajo el nombre “Plan Turismo Litoral 2030”, propusimos en el mes de marzo coincidiendo con la presentación del Informe Solytur 2024 (*).

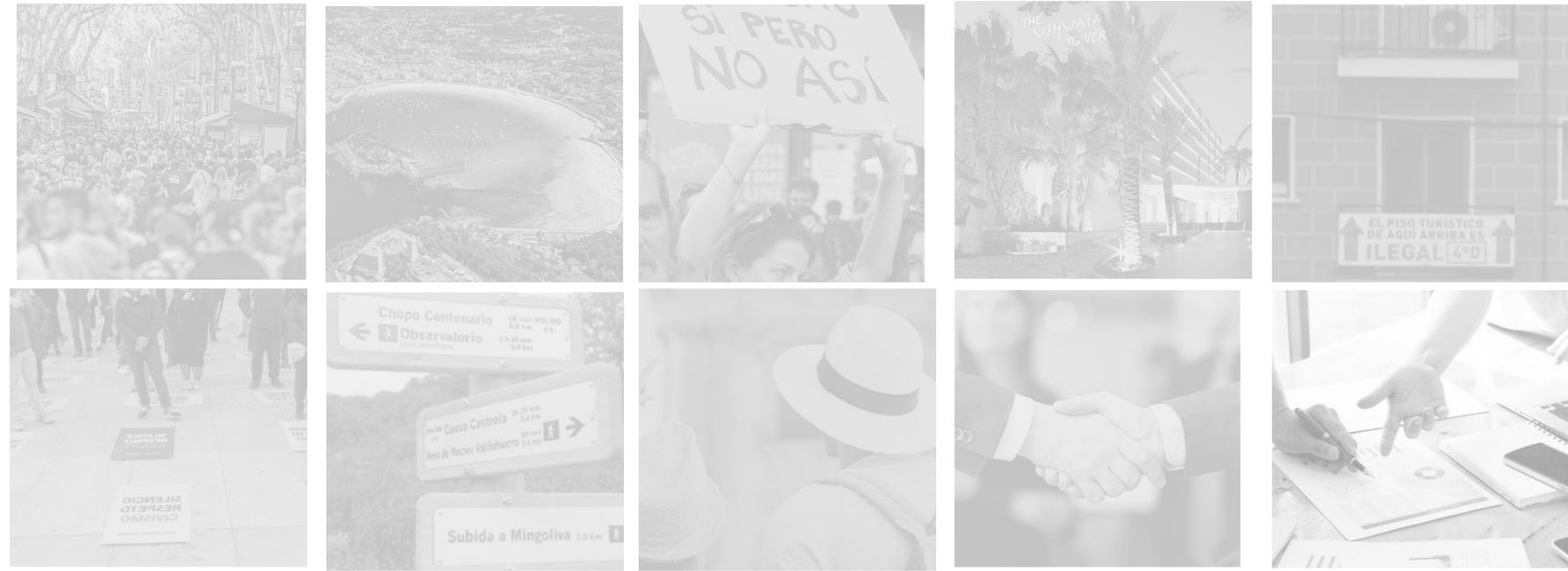
Mientras, los destinos urbanos más consolidados afrontan el reto de fortalecer su posición como referentes turísticos y, al mismo tiempo, garantizar el equilibrio con la preservación de la calidad de vida de la población residente. 6 son las ciudades (1ª Madrid, 2ª Barcelona, 9ª Sevilla, 10ª Valencia, 12ª Palma de Mallorca (en buena parte, por la oferta presente en la Playa de Palma) y 13ª Málaga) que forman parte de los 15 destinos con mayor nivel de oferta de alojamiento de mercado. La presencia de los destinos urbanos ha crecido en últimos años, representando el 19,5% de toda la oferta turística alojativa de mercado en España, según el presente Atlas (16,0% según la información relativa a 2022 recogida en la anterior edición del Atlas).

Se trata de destinos que deben **afrontar el compromiso de seguir impulsando una propuesta turística innovadora, diferenciada y de alto valor añadido**. En este racional, es esencial no solo diversificar y reposicionar sus productos turísticos, sino también articular políticas integrales de gobernanza turística que garanticen un desarrollo equilibrado y respetuoso con el entorno y la comunidad. Así mismo, ante su creciente atractivo, resulta prioritario que estos destinos adopten medidas eficaces para salvaguardar los elementos de identidad local y el estilo de vida en sus barrios más emblemáticos, previniendo fenómenos de gentrificación (el número de plazas en VUTs en estos destinos creció un 37,4% desde 2022, según la información que contempla el presente Atlas, la mayoría de ellas localizadas en sus barrios más emblemáticos) y la expulsión de residente.

Bajo estas evidencias, desde EXCELTUR sugerimos a los destinos consolidados iniciar esta senda y afrontar el reto desde una perspectiva de medio y largo plazo, siguiendo los principios y propuestas del **Decálogo para afrontar los retos de los destinos españoles consolidados**

Atlas de contribución municipal del turismo en España Año 2024

Decálogo para afrontar los retos de los destinos españoles consolidados



Decálogo para afrontar los retos de los destinos españoles consolidados

Decálogo para afrontar los retos de los destinos españoles consolidados

1

Invertir en conocimiento para dirigir y objetivar la demanda deseada y el posible exceso de turismo

2

Impulsar instrumentos de ordenación urbanística para orientar y equilibrar la oferta turística óptima con la calidad de vida del residente

3

Priorizar los sistemas de gestión profesional frente a las meras limitaciones al acceso

4

Incentivar la inversión en renovación de las instalaciones y los servicios turísticos y nuevas infraestructuras básicas

5

Luchar contra la prestación de servicios turísticos ilegales

6

Promover normas e instrumentos para garantizar el civismo

7

Impulsar nuevos polos y productos turísticos para redistribuir mejor la demanda territorial y temporalmente

8

Reforzar y reorientar la promoción turística para la atracción de los perfiles más interesantes

9

Construir una gobernanza participativa basada en la colaboración público privada y el mayor talento profesional

10

Consolidar una fiscalidad justa y finalista que evite nuevos tributos adicionales a los que ya paga el turista



1 Invertir en conocimiento para dirigir y objetivar la demanda deseada y el posible exceso de turismo

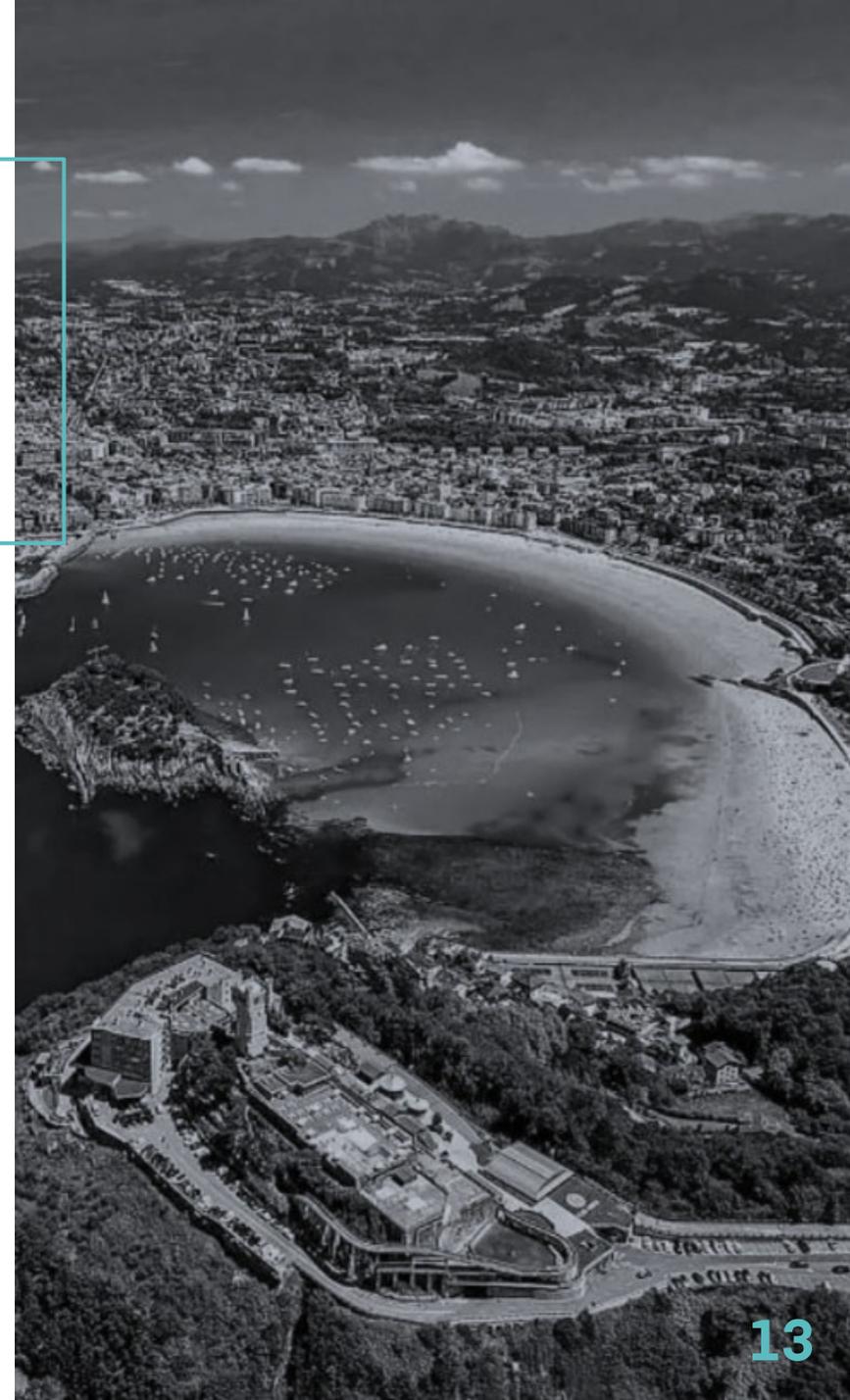
Invertir en sistemas de conocimiento al servicio de una gestión del destino basada en evidencias para objetivar la existencia de exceso de turismo en el destino y su área de influencia a través de datos, indicadores y estudios que analicen de forma rigurosa la capacidad de acogida del destino⁽¹⁾. Instrumentos que sirvan para evaluar la verdadera incidencia de los flujos turísticos y sus distintas tipologías y perfiles en los elementos de cuestionamiento social (masificación de espacios públicos, servicios e infraestructuras, dificultad de acceso a la vivienda, encarecimiento del nivel de vida, congestión de tráfico...) y en la preservación de sus recursos ambientales, para diseñar estrategias y nuevos modelos de desarrollo y reposicionamiento turístico equilibrados, que se dirijan a la demanda más interesante que se pretende atraer.

(1) Se trata de estudiar de forma rigurosa la incidencia de la presión turística sobre elementos concretos de la sociedad como los sistemas de transporte, el acceso a la vivienda, la oferta comercial, la preservación de los valores culturales y conocer la percepción ciudadana al respecto, a la vez que sobre el sistema ambiental: ecosistemas, abastecimiento y saneamiento de agua, recogida y tratamiento de residuos, suministro energético y sus efectos sobre la emisión de partículas contaminantes y la calidad del aire, etc.



2 Impulsar instrumentos de ordenación urbanística para orientar y equilibrar la oferta turística óptima con la calidad de vida del residente

Impulsar y aplicar sistemas de planificación y ordenación urbanística que, con los instrumentos adecuados para garantizar su cumplimiento (modificación de los Planes Generales de Ordenación Urbana a través de normas urbanísticas especiales, Planes directores, licencias, regulaciones...), orienten la oferta turística deseada y, especialmente, establezcan los niveles objetivo de plazas alojativas -determinantes de la presión turística--, así como sus tipologías para generar la mayor contribución económica y el mayor y mejor empleo, de mayor aportación y equilibrio con la preservación de la vida local. Todo ello para evitar procesos de gentrificación en determinadas zonas de mayor intensidad turística por elementos desbordantes, como la conversión de viviendas en alojamientos turísticos.

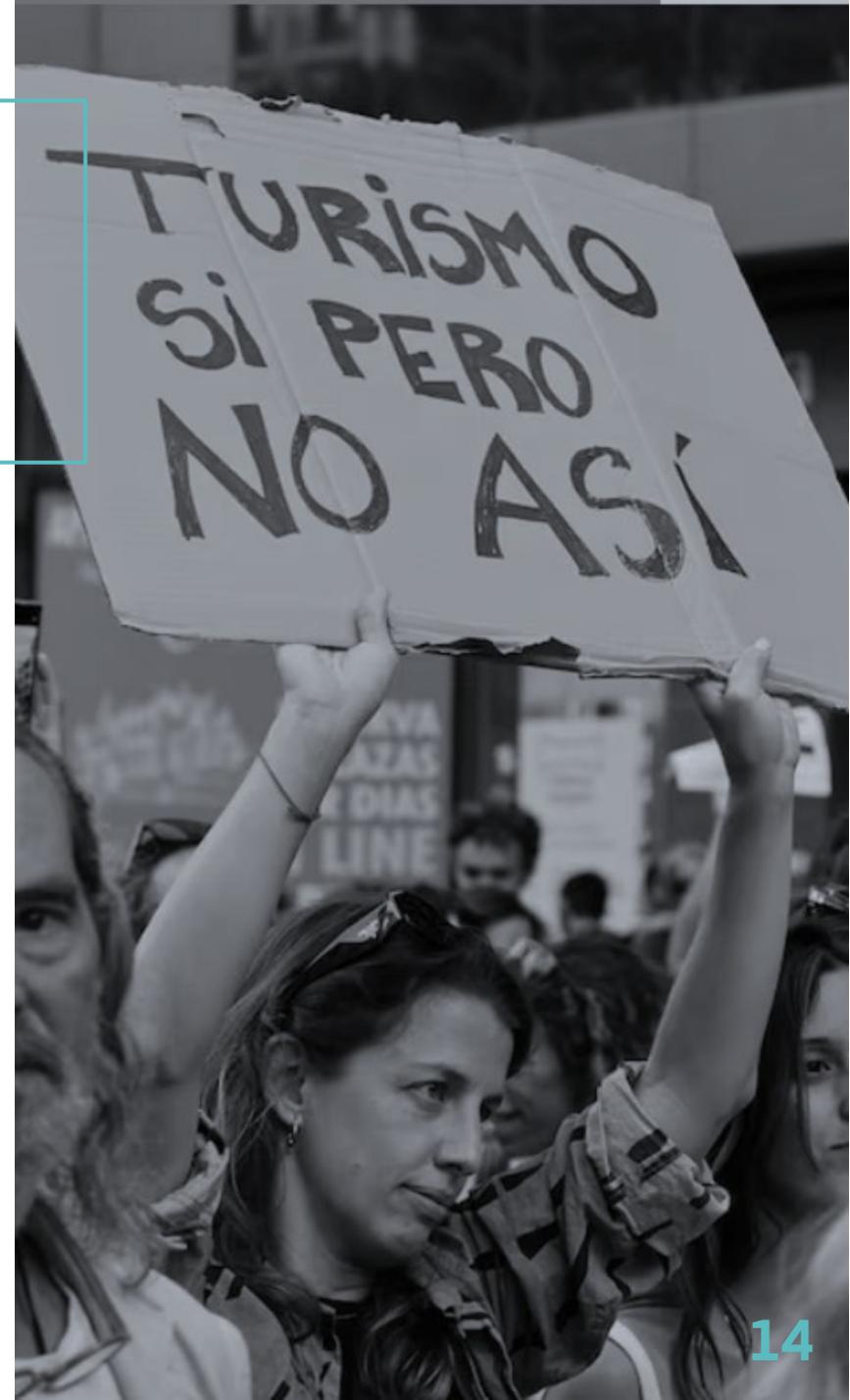




3

Priorizar los sistemas de gestión profesional frente a las meras limitaciones al acceso

Priorizar la aplicación de sistemas profesionales y contrastados de gestión de los ámbitos de incidencia turística que provocan contestación ciudadana en los destinos, frente al establecimiento de limitaciones genéricas discriminatorias para los visitantes. Sistemas que deben ser aplicados a ámbitos como: la gestión del tráfico (con nuevas infraestructuras, sistemas de información y señalización, aparcamientos disuasorios, servicios de movilidad individual sostenible, transporte público...), el acceso a la vivienda (ordenación y limitación de la vivienda turística, generación de un parque de vivienda pública y de promoción privada de alquiler a precio asequible...) o la concentración humana en espacios y recursos naturales y culturales (con sistemas de gestión de flujos, límites de turistas en grupo con guías, cierres temporales preventivos, tasas de acceso a espacios y recursos culturales y naturales concretos, sistemas de reservas y tarificación dinámica o acceso regulado en función de la demanda...). Sistemas previos que se prioricen frente al establecimiento de limitaciones discriminatorias a los visitantes.





4 Incentivar la inversión en renovación de las instalaciones y los servicios turísticos y nuevas infraestructuras básicas

Fomentar incentivos a la inversión en rehabilitación y renovación de los servicios, las instalaciones, los establecimientos y los equipamientos turísticos existentes (alojativas, de restauración, comercio, ocio, transporte, infraestructuras y espacios públicos), y la reducción de trámites y simplificación de procedimientos administrativos para hacerlo posible. Todo ello con el objetivo de revertir procesos de posible degradación del destino y promover el reposicionamiento de la oferta existente con criterios de mejora del valor añadido y eficiencia ambiental, frente a la generación de nueva oferta que, además de agravar posibles situaciones de saturación, no se encuentre alineada con la experiencia turística que demandan los perfiles más interesantes a atraer.



5 Luchar contra la prestación de servicios turísticos ilegales

Luchar contra la prestación de todo tipo de servicios ilegales que facilitan la masificación, especialmente en el caso de la comercialización de viviendas y demás estancias alojativas sin las licencias correspondientes, además de deteriorar la calidad de la oferta y promover resultados indeseables en elementos prioritarios: condiciones laborales precarias, impago de impuestos, incumplimiento de normativas de coberturas de riesgos, sistemas de información de los cuerpos del Estado para la seguridad de los destinos, estándares de calidad, huella ambiental... promoviendo la inspección efectiva con la dotación de recursos necesarios para ello y el endurecimiento de sanciones a los infractores.





6 Promover normas e instrumentos para garantizar el civismo

Promover y poner todos los medios para garantizar el civismo en el destino por parte de los visitantes, la preservación de los modos de vida local y el descanso de los residentes; a través de la redacción y aplicación de ordenanzas municipales sobre uso de los espacios públicos, ruido en instalaciones turísticas, consumo de bebidas alcohólicas en las calles, horario de terrazas y cierre de bares, restaurantes discotecas y salas de fiesta... y en cuya aplicación se implique a los proveedores de servicios turísticos.





7

Impulsar nuevos polos y productos turísticos para redistribuir mejor la demanda territorial y temporalmente

Impulsar la diversificación espacial y temporal de la oferta turística a través de nuevos polos y rutas de atractivo turístico fuera de los espacios de mayor concentración humana (centros históricos, frentes marítimos, parques, playas, y demás espacios de concentración humana). Con este objetivo, invertir y promover acciones y productos turísticos (congresos, reuniones, eventos culturales, deportivos...) que permitan la atracción de turistas en momentos de menor afluencia, que coadyuve a dotar de mayor estabilidad a la generación de empleo, y generando y poniendo en valor nuevos recursos de centralidad turística en otros territorios/barrios del destino, invirtiendo en señalética para trazar corredores turísticos alternativos, llegando a acuerdos con destinos/recursos turísticos de su hinterland de influencia...



8 Reforzar y reorientar la promoción turística para la atracción de los perfiles más interesantes

Reorientar y reforzar (que no reducir) con mayor capacidad de impacto las estrategias de marketing y promoción turística hacia la atracción de los perfiles de turistas más interesantes por su contribución económica y su alineamiento con los valores de respecto a los recursos y la sociedad de los destinos y las iniciativas de mejora de la puesta en valor del turismo frente a la sociedad. Todo ello para alimentar el posicionamiento de modelo turístico deseado.



9 Construir una gobernanza participativa basada en la colaboración público-privada y el mayor talento profesional

Fomentar una gobernanza participativa a través de órganos de cogestión público-privada, bajo fórmulas jurídicas ágiles y flexibles que permitan la involucración activa de todos los agentes del destino (incluyendo representantes de la sociedad civil), la incorporación del mejor talento profesional, y la generación de los recursos necesarios al servicio de una gestión del destino con una visión transversal, consensuada y de medio y largo plazo, que persiga el posicionamiento de modelo turístico deseado, a la vez que favorezca su engarce con los objetivos de la sociedad local.



10

Consolidar una fiscalidad justa y finalista que evite nuevos tributos adicionales a los que ya paga el turista

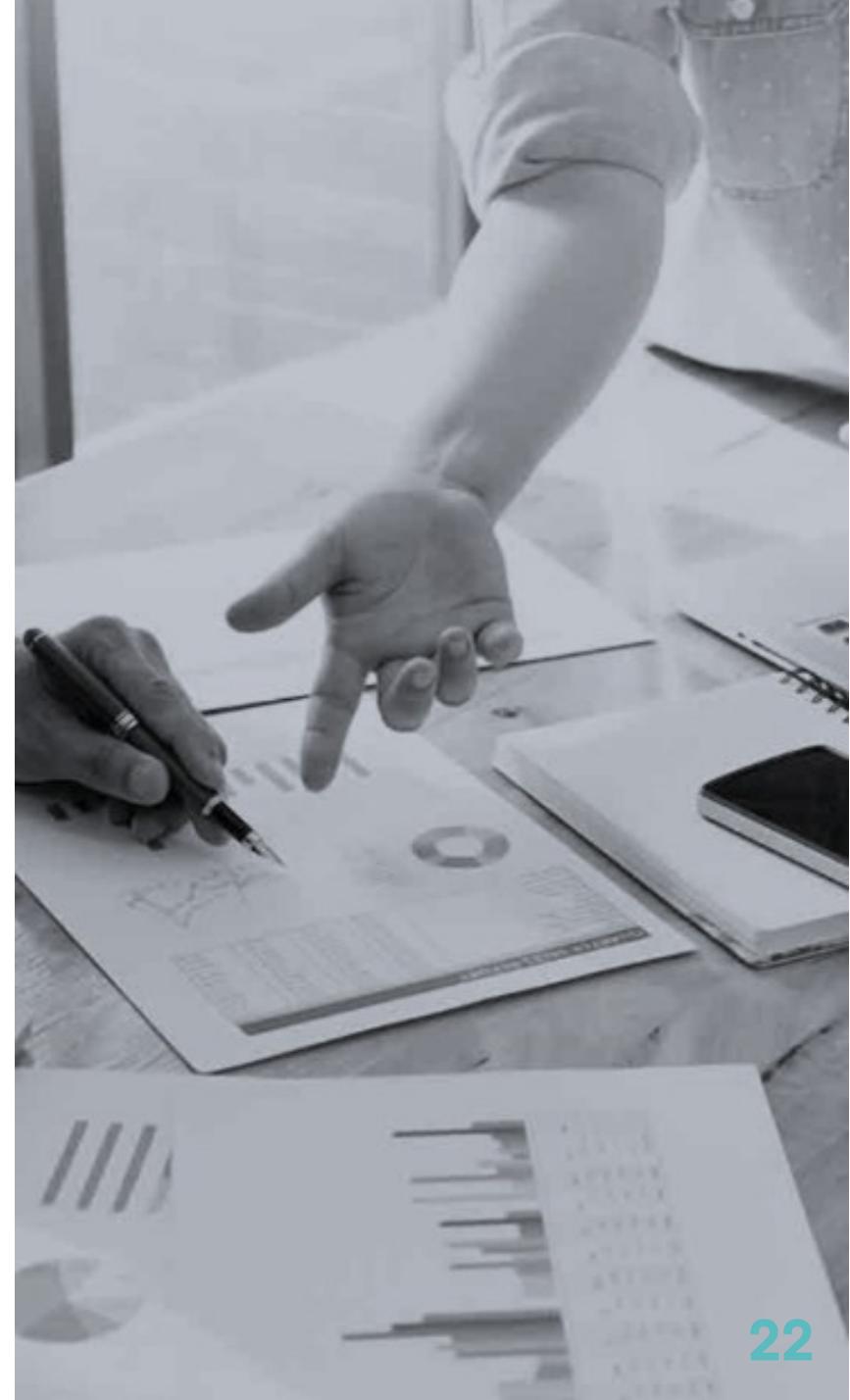
Consolidar una fiscalidad turística justa y finalista que evite la implantación de nuevos tributos (impuestos o tasas) adicionales a los impuestos que ya paga el turista.

Si se cargasen nuevos tributos sobre actividades turísticas, es imprescindible que:

- a. Se eviten impuestos generalistas sobre las pernoctaciones u otros hechos imponible relacionados con la afluencia y se opte por tasas que vayan a mejorar la gestión, calidad de los servicios y mantenimiento de elementos turísticos: espacios naturales (parques, playas...), recursos culturales y patrimoniales, infraestructuras dotacionales...
- b. La recaudación resultante sea siempre finalista para su inversión en la mejora de la competitividad turística del destino (en recursos turísticos, señalización o mobiliario urbano, regeneración de espacios públicos y/o mejora de infraestructuras de transporte, la gestión de flujos turísticos), con la **participación paritaria de los empresarios turísticos** en los órganos decisorios de los ámbitos y proyecto a financiar.



- c. **Se evite el uso de la recaudación para compensar la falta de financiación endémica de las AA.PP. locales** sobre otros servicios públicos, que no tienen que ver con el turismo y que, en el caso de que éste fuera el motivo, se valore previamente la creación de la figura del municipio turístico a la que se le transfiera recursos de los ingresos ya generados por el turismo en otras figuras tributarias (IVA, IRPF de los trabajadores, Impuesto de Sociedades de las empresas, Impuesto de Bienes Inmuebles...).
- d. **Se distribuya la carga solidaria y equitativamente entre el conjunto de subsectores que se benefician del turismo** (no solo al alojamiento, sino a comercios, bares restaurantes, discotecas, medios de transporte, empresas de ocio).
- e. En el caso del alojamiento se garantice su pago por parte del alquiler de viviendas turísticas.
- f. Su diseño e implantación sea discutido y acordado con antelación a su implantación con los agentes y empresas sujetas a su recaudación.



Atlas de contribución municipal del turismo en España Año 2024

Ranking y posicionamiento de los municipios españoles por su relevancia turística y contribución social

- Información detallada para cada uno de los 500 destinos: modelo alojativo e implicaciones sobre su contribución social
- Ranking de destinos de relevancia turística y contribución por CCAA
- Alcance y definiciones
- Pautas de interpretación de resultados
- Anexo metodológico



Ranking y posicionamiento de los municipios españoles por su relevancia turística y contribución social

La información del Atlas se presenta estructurada en tres niveles:

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

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

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

Ranking 100 principales destinos⁽¹⁾ (I)

Año 2024

Fuente: Exceltur

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

| Ranking | Destino | CC.AA. | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución turística | | |
|---------|----------------------------|--------|--|---|---|---|---------|---|--|---------------------|---|
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | | | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 1 | MADRID | MAD | 176.702 | 54,3% | 7,4% | 38,2% | 2,2% | 6,7% | 48,8% | 7,0% | 86.246 |
| 2 | BARCELONA | CAT | 137.550 | 64,5% | 2,3% | 33,2% | 1,4% | 4,6% | 26,4% | 10,7% | 57.116 |
| 3 | BENIDORM | CVA | 96.950 | 49,4% | 35,2% | 15,4% | 2,6% | -0,8% | 21,6% | 64,6% | 17.407 |
| 4 | SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA | CAN | 90.390 | 49,9% | 32,0% | 18,1% | -0,4% | -4,1% | 19,2% | 63,6% | 23.540 |
| 5 | SALOU | CAT | 74.659 | 50,3% | 30,5% | 19,2% | 2,3% | -1,2% | 16,3% | 77,2% | 6.383 |
| 6 | ADEJE | CAN | 72.634 | 52,7% | 19,4% | 28,0% | 0,4% | -4,7% | 25,9% | 58,0% | 21.137 |
| 7 | MARBELLA | AND | 72.305 | 24,6% | 16,9% | 58,6% | 3,6% | 4,2% | 21,2% | 42,1% | 17.010 |
| 8 | CALVIA | BAL | 69.424 | 82,2% | 13,0% | 4,7% | 0,7% | 10,7% | -9,5% | 68,9% | 12.086 |
| 9 | SEVILLA | AND | 63.141 | 42,9% | 14,1% | 43,0% | 6,6% | 28,5% | 31,8% | 13,4% | 19.837 |
| 10 | VALENCIA | CVA | 60.947 | 34,3% | 13,4% | 52,3% | 3,3% | 11,0% | 56,4% | 13,4% | 19.865 |
| 11 | ARONA | CAN | 60.212 | 36,8% | 33,3% | 29,9% | -0,4% | -4,1% | 25,2% | 47,8% | 12.433 |
| 12 | PALMA DE MALLORCA | BAL | 59.481 | 85,3% | 4,5% | 10,2% | 3,0% | 11,6% | 5,8% | 14,2% | 32.373 |
| 13 | MÁLAGA | AND | 55.792 | 26,0% | 13,1% | 60,9% | 8,0% | 17,7% | 35,8% | 12,9% | 16.322 |
| 14 | LLORET DE MAR | CAT | 53.023 | 62,0% | 16,4% | 21,6% | 0,1% | -5,2% | -0,7% | 51,4% | 5.372 |
| 15 | MOGÁN | CAN | 45.064 | 39,9% | 42,4% | 17,7% | 7,4% | 3,8% | 20,3% | 72,0% | 8.655 |
| 16 | ALCUDIA | BAL | 40.518 | 55,3% | 18,5% | 26,2% | 1,0% | -3,3% | -5,8% | 67,6% | 5.832 |
| 17 | CALPE/CALP | CVA | 39.472 | 12,4% | 40,1% | 47,5% | 7,1% | 2,1% | 17,6% | 66,4% | 2.883 |
| 18 | TORREMOLINOS | AND | 38.895 | 62,0% | 10,8% | 27,2% | 0,9% | 4,3% | 23,5% | 44,0% | 8.385 |
| 19 | TIAS | CAN | 38.838 | 34,5% | 40,1% | 25,4% | -5,0% | -5,7% | 22,4% | 74,2% | 7.212 |
| 20 | PÁJARA | CAN | 38.820 | 77,1% | 10,4% | 12,5% | -1,8% | -0,2% | 17,1% | 59,6% | 10.000 |
| 21 | BENALMADENA | AND | 38.402 | 43,6% | 11,6% | 44,8% | 18,0% | -31,2% | 15,4% | 47,6% | 5.787 |
| 22 | TORREVIEJA | CVA | 37.514 | 5,3% | 26,7% | 67,9% | -2,6% | 52,4% | 46,9% | 65,0% | 6.354 |
| 23 | YAIZA | CAN | 36.584 | 49,9% | 13,9% | 36,2% | 1,7% | 0,1% | 24,8% | 62,7% | 7.009 |
| 24 | MIJAS | AND | 36.249 | 7,3% | 27,8% | 64,9% | 17,4% | 1,2% | 24,7% | 45,1% | 5.392 |
| 25 | ALICANTE/ALACANT | CVA | 34.942 | 28,0% | 18,5% | 53,5% | 8,3% | 16,9% | 35,7% | 20,3% | 12.808 |
| 26 | TORROELLA DE MONTGRI | CAT | 34.421 | 5,7% | 76,5% | 17,7% | 6,1% | 9,6% | 12,1% | 70,0% | 1.589 |
| 27 | DENIA | CVA | 34.171 | 7,1% | 29,4% | 63,5% | -1,0% | 9,0% | 23,2% | 49,5% | 4.491 |
| 28 | SANT JOSEP DE SA TALAIA | BAL | 33.780 | 47,7% | 18,4% | 33,9% | 6,5% | 15,7% | 6,6% | 58,4% | 4.112 |
| 29 | CIUTADELLA DE MENORCA | BAL | 33.716 | 44,9% | 32,1% | 23,0% | 1,2% | 0,8% | 4,4% | 54,0% | 3.181 |
| 30 | CAMBRILS | CAT | 33.565 | 22,5% | 53,0% | 24,5% | 0,6% | 0,2% | 7,0% | 63,7% | 3.162 |
| 31 | PEÑISCOLA | CVA | 33.491 | 29,3% | 39,1% | 31,6% | 0,5% | 17,9% | 22,3% | 82,1% | 2.204 |
| 32 | GRANADA | AND | 32.811 | 49,3% | 11,5% | 39,2% | 3,4% | 17,0% | 25,7% | 21,7% | 9.961 |
| 33 | ESTEPONA | AND | 32.289 | 27,0% | 20,0% | 52,9% | 7,9% | 6,7% | 22,4% | 47,8% | 5.879 |
| 34 | JAVEA - XABIA | CVA | 32.171 | 3,9% | 29,3% | 66,8% | 4,5% | -2,0% | 29,2% | 55,3% | 2.309 |
| 35 | OLIVA (LA) | CAN | 31.819 | 35,1% | 10,5% | 54,4% | 2,7% | -9,0% | 25,1% | 45,1% | 4.113 |
| 36 | SANTA EULARIA DEL RIU | BAL | 31.435 | 55,4% | 17,7% | 26,9% | 7,3% | -3,1% | 10,0% | 51,6% | 4.798 |
| 37 | CASTELL-PLATJAU D'ARO | CAT | 30.243 | 24,7% | 51,6% | 23,7% | 1,3% | 0,4% | 17,9% | 76,9% | 2.790 |
| 38 | ROSES | CAT | 28.010 | 27,7% | 24,7% | 47,7% | 0,1% | -6,5% | 13,5% | 72,0% | 2.491 |
| 39 | FUENGIROLA | AND | 27.807 | 41,5% | 11,0% | 47,5% | -4,3% | -10,1% | 33,7% | 41,4% | 5.813 |
| 40 | ROQUETAS DE MAR | AND | 27.722 | 63,8% | 20,0% | 16,2% | -0,3% | -1,1% | 18,6% | 32,6% | 4.868 |
| 41 | CASTELLO D'EMPURIES | CAT | 27.625 | 4,9% | 60,2% | 35,0% | 7,5% | -4,6% | 21,9% | 77,9% | 2.116 |
| 42 | SANT LLORENC DES CARDASSAR | BAL | 27.589 | 87,0% | 6,2% | 6,8% | 0,6% | 0,9% | -5,2% | 76,5% | 1.119 |
| 43 | ORPESA/OROPESA DEL MAR | CVA | 27.384 | 12,7% | 53,3% | 34,0% | -18,2% | -6,7% | 63,1% | 75,6% | 1.500 |
| 44 | CARTAGENA | MUR | 27.279 | 23,8% | 40,5% | 35,6% | -13,9% | 0,4% | 22,3% | 27,4% | 6.157 |
| 45 | CONIL DE LA FRONTERA | AND | 26.826 | 23,7% | 28,5% | 47,8% | 0,8% | 0,8% | 12,7% | 50,7% | 2.676 |
| 46 | SANXENDE | GAL | 26.551 | 35,6% | 32,5% | 31,9% | -0,2% | 4,1% | 20,9% | 68,7% | 2.672 |
| 47 | SANTANYI | BAL | 26.472 | 59,5% | 11,0% | 29,5% | 2,3% | -16,3% | -0,2% | 74,1% | 3.386 |
| 48 | MANACOR | BAL | 25.696 | 69,9% | 6,3% | 23,7% | 1,9% | -7,3% | 2,6% | 47,2% | 3.631 |
| 49 | CHICLANA DE LA FRONTERA | AND | 25.624 | 48,6% | 6,1% | 45,3% | -0,3% | 6,0% | 32,4% | 36,4% | 5.231 |
| 50 | TEGUISE | CAN | 25.590 | 35,1% | 34,3% | 30,6% | 0,0% | 1,4% | 21,6% | 54,8% | 4.979 |

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

Ranking 100 principales destinos (II)

Año 2024

Fuente: ExcelTUR

| Ranking | Destino | CC.AA. | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución turística | | |
|---------|----------------------------|--------|---|-----------|---|---|---------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 51 | POLLENÇA | BAL | 25.401 | 24,1% | 8,0% | 67,9% | 7,0% | -5,8% | -1,3% | 67,0% | 2.502 |
| 52 | PUERTO DE LA CRUZ | CAN | 25.293 | 64,3% | 20,3% | 15,4% | 1,8% | -1,2% | 39,2% | 54,8% | 7.091 |
| 53 | GANDIA | CVA | 23.744 | 28,6% | 31,7% | 39,7% | 0,3% | 2,9% | 54,6% | 46,3% | 4.179 |
| 54 | MONT-ROIG DEL CAMP | CAT | 23.383 | 8,0% | 60,6% | 31,4% | -0,8% | 5,6% | 7,4% | 66,3% | 931 |
| 55 | CAPDEPERA | BAL | 23.073 | 80,0% | 6,0% | 14,0% | 2,3% | -3,4% | -2,6% | 63,4% | 2.461 |
| 56 | ORIHUELA | CVA | 22.036 | 4,4% | 21,8% | 73,8% | 1,3% | 4,9% | 27,0% | 54,1% | 5.112 |
| 57 | BLANES | CAT | 21.630 | 17,2% | 66,7% | 16,1% | 1,5% | 0,8% | 7,4% | 42,0% | 2.062 |
| 58 | NERJA | AND | 20.722 | 21,6% | 24,8% | 53,6% | 1,8% | 4,6% | 20,1% | 57,5% | 2.785 |
| 59 | LLANES | AST | 20.600 | 14,3% | 51,5% | 34,2% | 9,1% | 0,0% | 24,4% | 66,1% | 1.909 |
| 60 | ESCALA (L') | CAT | 19.992 | 5,4% | 51,9% | 42,7% | 9,1% | -1,7% | 15,6% | 77,6% | 1.307 |
| 61 | SANTA MARGALIDA | BAL | 19.987 | 68,7% | 7,4% | 24,0% | 1,7% | 0,0% | -2,9% | 63,2% | 2.692 |
| 62 | CÓRDOBA | AND | 19.806 | 41,8% | 12,1% | 46,1% | 3,4% | 12,4% | 38,5% | 12,4% | 5.744 |
| 63 | SANT ANTONI DE PORTMANY | BAL | 19.531 | 64,7% | 19,8% | 15,6% | -2,5% | -23,1% | 2,8% | 39,8% | 3.227 |
| 64 | PALS | CAT | 19.360 | 5,4% | 74,7% | 20,0% | 4,8% | -2,2% | 14,0% | 87,1% | 708 |
| 65 | TOSSA DE MAR | CAT | 19.235 | 45,9% | 31,9% | 22,2% | 0,9% | -25,9% | 4,3% | 76,0% | 1.668 |
| 66 | MURO | BAL | 19.231 | 82,5% | 2,2% | 15,4% | 1,3% | -27,2% | 4,5% | 69,1% | 1.770 |
| 67 | DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN | PVA | 19.060 | 48,9% | 18,6% | 32,5% | 18,9% | 7,2% | 10,8% | 10,2% | 5.057 |
| 68 | MOJACAR | AND | 18.838 | 46,5% | 29,0% | 24,5% | -4,2% | -2,2% | 26,8% | 71,1% | 1.580 |
| 69 | ANTIGUA | CAN | 18.716 | 49,6% | 22,6% | 27,8% | 7,0% | -8,2% | 11,2% | 55,1% | 2.192 |
| 70 | LLUCMAJOR | BAL | 18.540 | 66,4% | 10,7% | 22,9% | 4,4% | -1,6% | 1,3% | 40,3% | 3.932 |
| 71 | CALONGE | CAT | 18.456 | 5,0% | 65,3% | 29,7% | -12,9% | 4,7% | 12,7% | 69,8% | 956 |
| 72 | TARIFA | AND | 18.324 | 18,8% | 31,8% | 49,4% | -3,9% | -5,6% | 1,2% | 49,2% | 2.420 |
| 73 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | CAN | 17.789 | 37,3% | 7,3% | 55,3% | -1,6% | -3,6% | 27,0% | 9,3% | 9.198 |
| 74 | PALAFRUGELL | CAT | 17.568 | 9,6% | 51,1% | 39,3% | 5,6% | -9,0% | 5,7% | 53,8% | 1.735 |
| 75 | BILBAO | PVA | 17.066 | 59,4% | 11,6% | 29,0% | 4,0% | 66,7% | 48,6% | 4,7% | 4.927 |
| 76 | EIVISSA | BAL | 17.028 | 59,9% | 23,6% | 16,5% | 6,1% | -9,8% | 6,4% | 25,9% | 7.992 |
| 77 | MALGRAT DE MAR | CAT | 16.962 | 40,7% | 54,3% | 5,1% | -3,8% | 7,5% | 43,2% | 46,9% | 1.395 |
| 78 | TARRAGONA | CAT | 16.948 | 14,6% | 63,5% | 21,9% | -0,8% | 0,7% | 25,9% | 11,5% | 2.725 |
| 79 | SANTA SUSANNA | CAT | 16.789 | 72,5% | 22,9% | 4,6% | 10,1% | 0,0% | 22,7% | 76,1% | 1.466 |
| 80 | ALMUÑECAR | AND | 16.512 | 35,4% | 17,0% | 47,7% | 0,2% | 14,0% | 26,5% | 62,7% | 2.535 |
| 81 | CALELLA | CAT | 16.448 | 73,6% | 19,1% | 7,2% | -0,6% | 5,2% | 20,2% | 42,6% | 1.761 |
| 82 | SANTA POLA | CVA | 16.295 | 3,7% | 29,0% | 67,2% | -2,2% | -5,1% | 54,6% | 64,6% | 2.205 |
| 83 | ALCALA DE XIVERT | CVA | 16.272 | 13,8% | 52,7% | 33,5% | -0,5% | 2,1% | 20,6% | 72,3% | 913 |
| 84 | ZARAGOZA | ARA | 16.140 | 63,9% | 10,1% | 26,0% | -0,4% | 4,2% | 72,1% | 7,0% | 6.921 |
| 85 | VILA-SECA | CAT | 16.134 | 66,1% | 16,4% | 17,5% | 1,4% | 7,7% | 30,8% | 53,4% | 3.713 |
| 86 | SANTANDER | CNT | 15.671 | 33,6% | 15,4% | 51,0% | 11,3% | 0,0% | 44,9% | 15,2% | 4.454 |
| 87 | SON SERVERA | BAL | 15.626 | 74,8% | 13,7% | 11,5% | -0,1% | 20,6% | 0,8% | 53,7% | 4.770 |
| 88 | GIJON | AST | 15.260 | 32,5% | 15,1% | 52,3% | -0,4% | 3,4% | 55,3% | 10,1% | 3.623 |
| 89 | SANT PERE PESCADOR | CAT | 15.218 | 0,9% | 95,3% | 3,8% | 0,0% | -1,7% | 16,9% | 82,2% | 589 |
| 90 | SITGES | CAT | 13.735 | 37,1% | 24,0% | 38,9% | -0,6% | -1,9% | 2,6% | 34,2% | 2.512 |
| 91 | VERA | AND | 13.691 | 30,0% | 31,8% | 38,2% | -6,0% | 5,5% | 19,1% | 49,0% | 1.649 |
| 92 | SANTIAGO DE COMPOSTELA | GAL | 13.517 | 60,2% | 16,9% | 22,9% | -0,1% | 7,4% | 7,7% | 24,6% | 5.050 |
| 93 | OLIVA | CVA | 13.426 | 4,3% | 50,8% | 44,9% | 2,1% | 0,1% | 47,1% | 47,0% | 1.541 |
| 94 | FORMENTERA | BAL | 13.389 | 40,7% | 22,5% | 36,8% | 2,3% | 3,3% | 10,3% | 56,5% | 1.997 |
| 95 | TEULADA | CVA | 13.121 | 3,8% | 21,6% | 74,6% | 6,3% | -17,1% | 24,1% | 61,1% | 1.286 |
| 96 | PALAMOS | CAT | 12.386 | 11,0% | 62,6% | 26,4% | 0,0% | 0,7% | 10,6% | 48,3% | 1.453 |
| 97 | CÁDIZ | AND | 12.354 | 31,0% | 12,1% | 56,9% | 30,8% | -24,6% | 9,6% | 14,4% | 3.044 |
| 98 | NOJA | CNT | 12.288 | 15,4% | 74,0% | 10,6% | -5,5% | -0,5% | 17,5% | 92,7% | 710 |
| 99 | ALFAS DEL PI, I' | CVA | 12.175 | 19,1% | 54,5% | 26,4% | -4,0% | 2,5% | 32,8% | 39,9% | 1.686 |
| 100 | FELANITX | BAL | 12.021 | 37,0% | 15,8% | 47,2% | 9,1% | -23,5% | -0,8% | 48,8% | 1.654 |

2. Posicionamiento de los municipios españoles por tipología de destinos

Ranking de ciudades capitales⁽¹⁾

Año 2024

Fuente: Exceltur

| Ranking | Destino | CC.AA. | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución turística | | |
|---------|----------------------------|--------|--|-----------|---|---|---------|---|--|---------------------|---|
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | | | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 1 | MADRID | MAD | 176.702 | 54,3% | 7,4% | 38,2% | 2,2% | 6,7% | 48,8% | 7,0% | 86.246 |
| 2 | BARCELONA | CAT | 137.550 | 64,5% | 2,3% | 33,2% | 1,4% | 4,6% | 26,4% | 10,7% | 57.116 |
| 3 | SEVILLA | AND | 63.141 | 42,9% | 14,1% | 43,0% | 6,6% | 28,5% | 31,8% | 13,4% | 19.837 |
| 4 | VALENCIA | CVA | 60.947 | 34,3% | 13,4% | 52,3% | 3,3% | 11,0% | 56,4% | 13,4% | 19.865 |
| 5 | PALMA DE MALLORCA | BAL | 59.481 | 85,3% | 4,5% | 10,2% | 3,0% | 11,6% | 5,8% | 14,2% | 32.373 |
| 6 | MÁLAGA | AND | 55.792 | 26,0% | 13,1% | 60,9% | 8,0% | 17,7% | 35,8% | 12,9% | 16.322 |
| 7 | ALICANTE/ALACANT | CVA | 34.942 | 28,0% | 18,5% | 53,5% | 8,3% | 16,9% | 35,7% | 20,3% | 12.808 |
| 8 | GRANADA | AND | 32.811 | 49,3% | 11,5% | 39,2% | 3,4% | 17,0% | 25,7% | 21,7% | 9.961 |
| 9 | CÓRDOBA | AND | 19.806 | 41,8% | 12,1% | 46,1% | 3,4% | 12,4% | 38,5% | 12,4% | 6.744 |
| 10 | DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN | PVA | 19.060 | 48,9% | 18,6% | 32,5% | 18,9% | 7,2% | 10,8% | 10,2% | 5.057 |
| 11 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | CAN | 17.789 | 37,3% | 7,3% | 55,3% | -1,6% | -3,6% | 27,0% | 9,3% | 9.198 |
| 12 | BILBAO | PVA | 17.066 | 59,4% | 11,6% | 29,0% | 4,0% | 66,7% | 48,6% | 4,7% | 4.927 |
| 13 | TARRAGONA | CAT | 16.948 | 14,6% | 63,5% | 21,9% | -0,8% | 0,7% | 25,9% | 11,5% | 2.725 |
| 14 | ZARAGOZA | ARA | 16.140 | 63,9% | 10,1% | 26,0% | -0,4% | 4,2% | 72,1% | 7,0% | 6.921 |
| 15 | SANTANDER | CNT | 15.671 | 33,6% | 15,4% | 51,0% | 11,3% | 0,0% | 44,9% | 15,2% | 4.454 |
| 16 | VIGO | GAL | 13.835 | 39,6% | 10,6% | 49,8% | 10,6% | -5,7% | 75,6% | 10,6% | 4.624 |
| 17 | SANTIAGO DE COMPOSTELA | GAL | 13.517 | 60,2% | 16,9% | 22,9% | -0,1% | 7,4% | 7,7% | 24,6% | 5.050 |
| 18 | CÁDIZ | AND | 12.384 | 31,0% | 12,1% | 56,9% | 30,8% | -24,6% | 9,6% | 14,4% | 3.044 |
| 19 | ALMERÍA | AND | 11.384 | 47,3% | 15,3% | 37,4% | 0,2% | 6,5% | 38,7% | 15,9% | 3.919 |
| 20 | SALAMANCA | CYL | 11.133 | 56,9% | 11,2% | 31,9% | -0,6% | 57,1% | 31,8% | 20,6% | 4.127 |
| 21 | MURCIA | MUR | 10.802 | 46,5% | 7,7% | 45,9% | 1,6% | 2,9% | 42,2% | 7,4% | 4.669 |
| 22 | OVIDEO | AST | 10.686 | 51,4% | 3,2% | 45,3% | -2,6% | 64,0% | 79,8% | 10,8% | 3.348 |
| 23 | CORUÑA (A) | GAL | 10.314 | 52,8% | 3,7% | 43,5% | 0,2% | 7,1% | 44,5% | 10,1% | 4.263 |
| 24 | TOLEDO | CLM | 9.406 | 52,4% | 12,2% | 35,4% | 3,1% | 13,5% | 33,1% | 11,5% | 2.613 |
| 25 | PAMPLONA/IRUÑA | NAV | 8.661 | 41,5% | 21,0% | 37,5% | 1,2% | 43,1% | 57,3% | 6,3% | 2.436 |
| 26 | BURGOS | CYL | 7.456 | 54,3% | 20,4% | 25,3% | 1,8% | 9,6% | 53,2% | 10,2% | 2.695 |
| 27 | SANTA CRUZ DE TENERIFE | CAN | 7.239 | 45,5% | 1,1% | 53,4% | 6,1% | 22,2% | 26,8% | 7,8% | 5.080 |
| 28 | LEÓN | CYL | 6.747 | 56,0% | 6,1% | 39,0% | 1,1% | 31,4% | 36,1% | 13,7% | 2.986 |
| 29 | LOGROÑO | RIO | 6.690 | 44,8% | 15,6% | 39,7% | 8,1% | 30,6% | 30,8% | 7,8% | 1.761 |
| 30 | CASTELLÓN DE LA PLANA | CVA | 6.641 | 38,8% | 20,0% | 41,2% | 0,6% | -3,1% | 65,8% | 10,8% | 2.951 |
| 31 | CUENCA | CLM | 6.617 | 34,9% | 41,4% | 23,7% | 2,5% | -2,0% | 4,5% | 16,9% | 1.352 |
| 32 | CÁCERES | EXT | 5.932 | 44,7% | 36,3% | 19,0% | 6,1% | 14,9% | 16,0% | 16,1% | 2.017 |
| 33 | VALLADOLID | CYL | 5.914 | 69,9% | 9,4% | 20,7% | 4,7% | 100,7% | 41,4% | 8,2% | 3.430 |
| 34 | VITORIA-GASTEIZ | PVA | 5.648 | 72,8% | 14,4% | 12,9% | 24,3% | 0,2% | 36,4% | 6,2% | 1.913 |
| 35 | GIRONA | CAT | 4.805 | 49,4% | 4,2% | 46,3% | 1,4% | 14,7% | 28,7% | 7,9% | 2.332 |
| 36 | MÉRIDA | EXT | 4.697 | 46,8% | 30,0% | 23,2% | 4,5% | 21,1% | 21,3% | 13,1% | 1.394 |
| 37 | SEGOVIA | CYL | 4.675 | 57,4% | 23,6% | 19,0% | 1,6% | 10,0% | 50,9% | 14,3% | 1.410 |
| 38 | ÁVILA | CYL | 4.246 | 69,4% | 7,5% | 23,1% | 1,1% | 51,9% | 34,2% | 12,1% | 1.331 |
| 39 | ALBACETE | CLM | 3.944 | 60,0% | 7,8% | 32,2% | 0,0% | -4,7% | 113,4% | 6,6% | 1.517 |
| 40 | LUGO | GAL | 3.804 | 54,3% | 16,0% | 29,8% | 8,3% | 27,7% | 16,2% | 17,5% | 2.443 |
| 41 | PONTEVEDRA | GAL | 3.417 | 40,0% | 1,5% | 58,5% | 2,4% | 66,7% | 26,0% | 6,5% | 979 |
| 42 | TERUEL | ARA | 3.400 | 57,4% | 19,3% | 23,3% | 1,2% | 6,2% | 22,9% | 19,2% | 1.185 |
| 43 | OURENSE | GAL | 3.212 | 42,3% | 5,4% | 52,2% | 1,0% | 13,4% | 55,1% | 18,8% | 2.208 |
| 44 | SORIA | CYL | 2.825 | 56,3% | 15,0% | 28,7% | 21,7% | 32,6% | 45,5% | 18,3% | 999 |
| 45 | ZAMORA | CYL | 2.796 | 51,7% | 10,2% | 38,1% | 13,7% | 62,9% | 39,9% | 19,1% | 1.398 |
| 46 | BADAJOS | EXT | 2.668 | 80,2% | 9,6% | 10,3% | 3,7% | 57,6% | 117,5% | 8,6% | 1.622 |
| 47 | LLEIDA | CAT | 2.647 | 88,4% | 0,8% | 10,9% | -0,8% | 233,3% | 8,7% | 6,0% | 1.413 |
| 48 | CIUDAD REAL | CLM | 2.326 | 71,9% | 10,9% | 17,2% | 4,1% | 65,4% | 63,9% | 10,5% | 1.025 |
| 49 | GUADALAJARA | CLM | 1.900 | 67,8% | 19,5% | 12,7% | 3,3% | 1,6% | 33,7% | 4,2% | 547 |
| 50 | JÁÉN | AND | 1.843 | 57,1% | 3,2% | 39,7% | -0,5% | 37,2% | 91,4% | 7,2% | 1.320 |
| 51 | HUELVA | AND | 1.793 | 66,0% | 0,7% | 33,4% | 0,1% | 0,0% | 49,1% | 7,2% | 1.254 |
| 52 | HUESCA | ARA | 1.743 | 69,2% | 15,9% | 14,8% | -0,4% | -2,8% | 72,0% | 9,0% | 727 |
| 53 | PALENCIA | CYL | 1.288 | 82,6% | 2,8% | 14,6% | 9,5% | | 72,5% | 13,4% | 1.142 |
| 54 | MELILLA | MEL | 1.087 | 77,1% | 0,0% | 22,9% | 0,0% | | 71,7% | 4,3% | 575 |
| 55 | CEUTA | CEU | 1.020 | 79,9% | 0,0% | 20,1% | -1,5% | | 4,6% | 8,6% | 960 |

(1) La ciudad de Palma de Mallorca incluye las plazas del destino de costa Playa de Palma, que se inserta en una parte de su territorio.

2. Posicionamiento de los municipios españoles por tipología de destinos

Ranking 100 principales destinos costeros (I)

Año 2024

Fuente: Exceltur

| Ranking | Destino | CC.AA. | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Modelo alojativo del destino | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización y contribución turística | |
|---------|----------------------------|--------|--|------------------------------|---|---|--------------------------------|---|---|--|--------------------|
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| | | | | | | | | | | | |
| 1 | BENIDORM | CVA | 96.950 | 49,4% | 35,2% | 15,4% | 2,6% | -0,8% | 21,6% | 64,6% | 17.407 |
| 2 | SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA | CAN | 90.390 | 49,9% | 32,0% | 18,1% | -0,4% | -4,1% | 19,2% | 63,6% | 23.540 |
| 3 | SALOU | CAT | 74.659 | 50,3% | 30,5% | 19,2% | 2,3% | -1,2% | 16,3% | 77,2% | 6.383 |
| 4 | ADEJE | CAN | 72.634 | 52,7% | 19,4% | 28,0% | 0,4% | -4,7% | 25,9% | 58,0% | 21.137 |
| 5 | MARBELLA | AND | 72.305 | 24,6% | 16,9% | 58,6% | 3,6% | 4,2% | 21,2% | 42,1% | 17.010 |
| 6 | CALVIA | BAL | 69.424 | 82,2% | 13,0% | 4,7% | 0,7% | 10,7% | -9,5% | 65,9% | 12.086 |
| 7 | ARONA | CAN | 60.212 | 36,8% | 33,3% | 29,9% | -0,4% | -4,1% | 25,2% | 47,8% | 12.433 |
| 8 | LLORET DE MAR | CAT | 53.023 | 62,0% | 16,4% | 21,6% | 0,1% | -5,2% | -0,7% | 51,4% | 5.372 |
| 9 | MOGÁN | CAN | 45.064 | 39,9% | 42,4% | 17,7% | 7,4% | 3,8% | 20,3% | 72,0% | 8.655 |
| 10 | ALCUDIA | BAL | 40.518 | 55,3% | 18,5% | 26,2% | 1,0% | -3,3% | -5,8% | 67,6% | 5.832 |
| 11 | CALPE/CALP | CVA | 39.472 | 12,4% | 40,1% | 47,5% | 7,1% | 2,1% | 17,6% | 66,4% | 2.883 |
| 12 | TORREMOLINOS | AND | 38.895 | 62,0% | 10,8% | 27,2% | 0,9% | 4,3% | 23,5% | 44,0% | 8.385 |
| 13 | TIAS | CAN | 38.838 | 34,5% | 40,1% | 25,4% | -5,0% | -5,7% | 22,4% | 74,2% | 7.212 |
| 14 | PÁJARA | CAN | 38.820 | 77,1% | 10,4% | 12,5% | -1,8% | -0,2% | 17,1% | 59,6% | 10.000 |
| 15 | BENALMADENA | AND | 38.402 | 43,6% | 11,6% | 44,8% | 18,0% | -31,2% | 15,4% | 47,6% | 5.787 |
| 16 | TORREVIEJA | CVA | 37.514 | 5,3% | 26,7% | 67,9% | -2,6% | 52,4% | 46,9% | 65,0% | 6.354 |
| 17 | YAIZA | CAN | 36.584 | 49,9% | 13,9% | 36,2% | 1,7% | 0,1% | 24,8% | 62,7% | 7.009 |
| 18 | MIJAS | AND | 36.249 | 7,3% | 27,8% | 64,9% | 17,4% | 1,2% | 24,7% | 45,1% | 5.392 |
| 19 | TORROELLA DE MONTGRI | CAT | 34.421 | 5,7% | 76,5% | 17,7% | 6,1% | 9,6% | 12,1% | 70,0% | 1.589 |
| 20 | DENIA | CVA | 34.171 | 7,1% | 29,4% | 63,5% | -1,0% | 9,0% | 23,2% | 49,5% | 4.491 |
| 21 | SANT JOSEP DE SA TALAIA | BAL | 33.780 | 47,7% | 18,4% | 33,9% | 6,5% | 15,7% | 6,6% | 58,4% | 4.112 |
| 22 | CIUTADELLA DE MENORCA | BAL | 33.716 | 44,9% | 32,1% | 23,0% | 1,2% | 0,8% | 4,4% | 54,0% | 3.181 |
| 23 | CAMBRILS | CAT | 33.565 | 22,5% | 53,0% | 24,5% | 0,6% | 0,2% | 7,0% | 63,7% | 3.162 |
| 24 | PEÑISCOLA | CVA | 33.491 | 29,3% | 39,1% | 31,6% | 0,5% | 17,9% | 22,3% | 82,1% | 2.204 |
| 25 | ESTEPONA | AND | 32.289 | 27,0% | 20,0% | 52,9% | 7,9% | 6,7% | 22,4% | 47,8% | 5.879 |
| 26 | JAVEA - XABIA | CVA | 32.171 | 3,9% | 66,8% | 29,3% | 4,5% | -2,0% | 29,2% | 55,3% | 2.309 |
| 27 | OLIVA (LA) | CAN | 31.819 | 35,1% | 10,5% | 54,4% | 2,7% | -9,0% | 25,1% | 45,1% | 4.113 |
| 28 | SANTA EULARIA DEL RIU | BAL | 31.435 | 55,4% | 17,7% | 26,9% | 7,3% | -3,1% | 10,0% | 51,6% | 4.798 |
| 29 | CASTELL-PLATJA D'ARO | CAT | 30.243 | 24,7% | 51,6% | 23,7% | 1,3% | 0,4% | 17,9% | 76,9% | 2.790 |
| 30 | ROSES | CAT | 28.010 | 27,7% | 24,7% | 47,7% | 0,1% | -6,5% | 13,5% | 72,0% | 2.491 |
| 31 | FUENGIROLA | AND | 27.807 | 41,5% | 11,0% | 47,5% | -4,3% | -10,1% | 33,7% | 41,4% | 5.813 |
| 32 | ROQUETAS DE MAR | AND | 27.722 | 63,8% | 20,0% | 16,2% | -0,3% | -1,1% | 18,6% | 32,6% | 4.868 |
| 33 | CASTELLO D'EMPURIES | CAT | 27.625 | 4,9% | 60,2% | 35,0% | 7,5% | -4,6% | 21,9% | 77,9% | 2.116 |
| 34 | SANT LLORENC DES CARDASSAR | BAL | 27.589 | 87,0% | 6,2% | 6,8% | 0,6% | 0,9% | -5,2% | 76,5% | 1.119 |
| 35 | ORPESA/ORPESA DEL MAR | CVA | 27.384 | 12,7% | 53,3% | 34,0% | -18,2% | -6,7% | 63,1% | 75,6% | 1.500 |
| 36 | CONIL DE LA FRONTERA | AND | 26.826 | 23,7% | 28,5% | 47,8% | 0,8% | 0,8% | 12,7% | 50,7% | 2.676 |
| 37 | SANXENXO | GAL | 26.551 | 35,6% | 32,5% | 31,9% | -0,2% | 4,1% | 20,9% | 68,7% | 2.672 |
| 38 | SANTANYI | BAL | 26.472 | 59,5% | 11,0% | 29,5% | 2,3% | -16,3% | -0,2% | 74,1% | 3.386 |
| 39 | MANACOR | BAL | 25.696 | 69,9% | 6,3% | 23,7% | 1,9% | -7,3% | 2,6% | 47,2% | 3.631 |
| 40 | CHICLANA DE LA FRONTERA | AND | 25.624 | 48,6% | 6,1% | 45,3% | -0,3% | 6,0% | 32,4% | 36,4% | 5.231 |
| 41 | TEGUISE | CAN | 25.590 | 35,1% | 34,3% | 30,6% | 0,0% | 1,4% | 21,6% | 54,8% | 4.979 |
| 42 | POLLENÇA | BAL | 25.401 | 24,1% | 8,0% | 67,9% | 7,0% | -5,8% | -1,3% | 67,0% | 2.502 |
| 43 | PUERTO DE LA CRUZ | CAN | 25.293 | 64,3% | 20,3% | 15,4% | 1,8% | -1,2% | 39,2% | 54,8% | 7.091 |
| 44 | GANDIA | CVA | 23.744 | 28,6% | 31,7% | 39,7% | 0,3% | 2,9% | 54,6% | 46,3% | 4.179 |
| 45 | MONT-ROIG DEL CAMP | CAT | 23.383 | 8,0% | 60,6% | 31,4% | -0,8% | 5,6% | 7,4% | 66,3% | 931 |
| 46 | CAPDEPERA | BAL | 23.073 | 80,0% | 6,0% | 14,0% | 2,3% | -3,4% | -2,6% | 63,4% | 2.461 |
| 47 | ORIHUELA | CVA | 22.036 | 4,4% | 21,8% | 73,8% | 1,3% | 4,9% | 27,0% | 54,1% | 5.112 |
| 48 | BLANES | CAT | 21.630 | 17,2% | 66,7% | 16,1% | 1,5% | 0,8% | 7,4% | 42,0% | 2.062 |
| 49 | NERJA | AND | 20.722 | 21,6% | 24,8% | 53,6% | 1,8% | 4,6% | 20,1% | 57,5% | 2.785 |
| 50 | LLANES | AST | 20.600 | 14,3% | 51,5% | 34,2% | 9,1% | 0,0% | 24,4% | 66,1% | 1.909 |

2. Posicionamiento de los municipios españoles por tipología de destinos

Ranking 100 principales destinos costeros (II)

Año 2024

Fuente: Exceltur

| Ranking | Destino | CC.AA. | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución turística | | |
|---------|---------------------------|--------|---|-----------|---|---|---------|---|--|---------------------|---|
| | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | | | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 51 | ESCALA (L') | CAT | 19.992 | 5,4% | 51,9% | 42,7% | 9,1% | -1,7% | 15,6% | 77,6% | 1.307 |
| 52 | SANTA MARGALIDA | BAL | 19.987 | 68,7% | 7,4% | 24,0% | 1,7% | 0,0% | -2,9% | 63,2% | 2.692 |
| 53 | SANT ANTONI DE PORTMANY | BAL | 19.531 | 64,7% | 19,8% | 15,6% | -2,5% | -23,1% | 2,8% | 39,8% | 3.227 |
| 54 | PALS | CAT | 19.360 | 5,4% | 74,7% | 20,0% | 4,8% | -2,2% | 14,0% | 87,1% | 708 |
| 55 | TOSSA DE MAR | CAT | 19.235 | 45,9% | 31,9% | 22,2% | 0,9% | -25,9% | 4,3% | 76,0% | 1.668 |
| 56 | MURO | BAL | 19.231 | 82,5% | 2,2% | 15,4% | 1,3% | -27,2% | 4,5% | 69,1% | 1.770 |
| 57 | MOJACAR | AND | 18.838 | 46,5% | 29,0% | 24,5% | -4,2% | -2,2% | 26,8% | 71,1% | 1.580 |
| 58 | ANTIGUA | CAN | 18.716 | 49,6% | 22,6% | 27,8% | 7,0% | -8,2% | 11,2% | 55,1% | 2.192 |
| 59 | LLUCMAJOR | BAL | 18.540 | 66,4% | 10,7% | 22,9% | 4,4% | -1,6% | 1,3% | 40,3% | 3.932 |
| 60 | CALONGE | CAT | 18.456 | 5,0% | 65,3% | 29,7% | -12,9% | 4,7% | 12,7% | 69,8% | 956 |
| 61 | TARIFA | AND | 18.324 | 18,8% | 31,8% | 49,4% | -3,9% | -5,6% | 1,2% | 49,2% | 2.420 |
| 62 | PALAFRUGELL | CAT | 17.568 | 9,6% | 51,1% | 39,3% | 5,6% | -9,0% | 5,7% | 53,8% | 1.735 |
| 63 | EIVISSA | BAL | 17.028 | 59,9% | 23,6% | 16,5% | 6,1% | -9,8% | 6,4% | 25,9% | 7.992 |
| 64 | MALGRAT DE MAR | CAT | 16.962 | 40,7% | 54,3% | 5,1% | -3,8% | 7,5% | 43,2% | 46,9% | 1.395 |
| 65 | SANTA SUSANNA | CAT | 16.789 | 72,5% | 22,9% | 4,6% | 10,1% | 0,0% | 22,7% | 76,1% | 1.466 |
| 66 | ALMUÑECAR | AND | 16.512 | 35,4% | 17,0% | 47,7% | 0,2% | 14,0% | 26,5% | 62,7% | 2.535 |
| 67 | CALELLA | CAT | 16.448 | 73,6% | 19,1% | 7,2% | -0,6% | 5,2% | 20,2% | 42,6% | 1.761 |
| 68 | SANTA POLA | CVA | 16.295 | 3,7% | 29,0% | 67,2% | -2,2% | -5,1% | 54,6% | 64,6% | 2.205 |
| 69 | ALCALA DE XIVERT | CVA | 16.272 | 13,8% | 52,7% | 33,5% | -0,5% | 2,1% | 20,6% | 72,3% | 913 |
| 70 | VILA-SECA | CAT | 16.134 | 66,1% | 16,4% | 17,5% | 1,4% | 7,7% | 30,8% | 53,4% | 3.713 |
| 71 | SON SERVERA | BAL | 15.626 | 74,8% | 13,7% | 11,5% | -0,1% | 20,6% | 0,8% | 53,7% | 4.770 |
| 72 | SANT PERE PESCADOR | CAT | 15.218 | 0,9% | 95,3% | 3,8% | 0,0% | -1,7% | 16,9% | 82,2% | 589 |
| 73 | SAN JAVIER | MUR | 14.641 | 18,8% | 30,0% | 51,3% | 10,8% | 6,5% | 45,9% | 61,6% | 2.355 |
| 74 | SITGES | CAT | 13.735 | 37,1% | 24,0% | 38,9% | -0,6% | -1,9% | 2,6% | 34,2% | 2.512 |
| 75 | VERA | AND | 13.691 | 30,0% | 31,8% | 38,2% | -6,0% | 5,5% | 19,1% | 49,0% | 1.649 |
| 76 | OLIVA | CVA | 13.426 | 4,3% | 50,8% | 44,9% | 2,1% | 0,1% | 47,1% | 47,0% | 1.541 |
| 77 | FORMENTERA | BAL | 13.389 | 40,7% | 22,5% | 36,8% | 2,3% | 3,3% | 10,3% | 56,5% | 1.997 |
| 78 | TEULADA | CVA | 13.121 | 3,8% | 21,6% | 74,6% | 46,3% | -17,1% | 24,1% | 61,1% | 1.286 |
| 79 | ISLA-CRISTINA | AND | 12.979 | 35,3% | 51,3% | 13,4% | -0,6% | 44,7% | 24,6% | 59,5% | 1.279 |
| 80 | CAMPELLO (EL) | CVA | 12.867 | 7,7% | 30,7% | 61,6% | 7,8% | -3,6% | 25,2% | 55,7% | 1.653 |
| 81 | PALAMOS | CAT | 12.386 | 11,0% | 62,6% | 26,4% | 0,0% | 0,7% | 10,6% | 48,3% | 1.453 |
| 82 | NOJA | CNT | 12.288 | 15,4% | 74,0% | 10,6% | -5,5% | -0,5% | 17,5% | 92,7% | 710 |
| 83 | ALFAS DEL PIL' | CVA | 12.175 | 19,1% | 54,5% | 26,4% | -4,0% | 2,5% | 32,8% | 39,9% | 1.686 |
| 84 | PUERTO DE SANTA MARIA(EL) | AND | 12.056 | 28,0% | 20,1% | 51,9% | 2,7% | 3,2% | 29,6% | 26,3% | 2.765 |
| 85 | FELANITX | BAL | 12.021 | 37,0% | 15,8% | 47,2% | 9,1% | -23,5% | -0,8% | 48,8% | 1.654 |
| 86 | SANTIAGO DEL TEIDE | CAN | 11.866 | 37,8% | 26,0% | 36,1% | 0,0% | 0,0% | 27,1% | 65,5% | 2.121 |
| 87 | AMETLLA DE MAR (L') | CAT | 11.646 | 5,1% | 31,0% | 63,9% | 0,0% | 0,2% | 22,6% | 67,4% | 582 |
| 88 | VELEZ-MALAGA | AND | 11.636 | 11,2% | 41,7% | 47,0% | -0,2% | -7,3% | 28,5% | 36,3% | 3.180 |
| 89 | BARBATE | AND | 11.374 | 19,2% | 42,6% | 38,3% | 0,0% | -0,7% | 19,9% | 34,0% | 1.254 |
| 90 | SANT LLUIS | BAL | 11.316 | 45,1% | 18,5% | 36,4% | 5,7% | 10,1% | 4,4% | 66,9% | 628 |
| 91 | VILANOVA I LA GELTRU | CAT | 11.286 | 3,1% | 86,9% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 18,2% | 18,1% | 1.120 |
| 92 | ALTEA | CVA | 11.282 | 15,2% | 20,2% | 64,5% | 3,6% | -3,6% | 14,3% | 41,2% | 1.880 |
| 93 | VENDRELL (EL) | CAT | 11.059 | 24,0% | 51,9% | 24,1% | 0,0% | 3,9% | 15,7% | 47,2% | 1.790 |
| 94 | BENICASSIM - BENICASIM | CVA | 10.855 | 27,6% | 41,3% | 31,1% | -2,3% | -6,0% | 48,5% | 62,6% | 1.592 |
| 95 | SAN MIGUEL | CAN | 10.814 | 44,9% | 12,7% | 42,4% | 0,0% | -40,9% | 49,8% | 45,8% | 2.755 |
| 96 | PUNTA UMBRIA | AND | 10.723 | 48,6% | 39,6% | 11,8% | -0,2% | 0,9% | 38,2% | 68,2% | 2.193 |
| 97 | GROVE (O) | GAL | 10.482 | 32,4% | 36,1% | 31,5% | 0,9% | 3,6% | 28,9% | 46,1% | 963 |
| 98 | ES MERCADAL | BAL | 10.449 | 45,5% | 16,8% | 37,7% | -0,1% | 0,5% | -3,4% | 79,2% | 1.068 |
| 99 | BEGUR | CAT | 10.283 | 10,9% | 22,6% | 66,5% | 0,5% | -30,6% | 17,3% | 76,8% | 1.171 |
| 100 | PINEDA DE MAR | CAT | 9.738 | 43,8% | 41,0% | 15,2% | 1,2% | 3,5% | 33,6% | 39,7% | 1.157 |

2. Posicionamiento de los municipios españoles por tipología de destinos

Ranking 100 principales destinos interior (I)

Año 2024

Fuente: Exceltur

| Ranking | Destino | CC.AA. | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución | |
|---------|----------------------|--------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|--------------------------------|---------------------|
| | | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social |
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | | |
| 1 | MONACHIL | AND | 9.462 | 40,2% | 19,1% | 40,6% | 0,4% | 10,6% | 41,2% | 57,7% | 1.186 |
| 2 | NAUT ARAN | CAT | 9.209 | 38,9% | 8,1% | 53,1% | 4,9% | 11,2% | 25,5% | 86,1% | 1.078 |
| 3 | CANGAS DE ONIS | AST | 7.216 | 38,3% | 33,3% | 28,4% | 2,8% | 4,5% | 25,5% | 43,3% | 809 |
| 4 | RONDA | AND | 6.725 | 36,8% | 22,5% | 40,7% | -2,4% | 0,5% | 9,6% | 23,5% | 1.376 |
| 5 | JACA | ARA | 6.120 | 41,8% | 33,3% | 24,9% | -0,5% | -0,2% | 2,2% | 61,9% | 1.246 |
| 6 | VIELHA E MIJARAN | CAT | 6.000 | 57,9% | 16,4% | 25,7% | -0,8% | -0,8% | 6,3% | 61,1% | 712 |
| 7 | BENASQUE | ARA | 5.315 | 31,3% | 40,0% | 28,7% | -5,1% | -0,9% | 9,8% | 76,6% | 698 |
| 8 | TORRE-PACHECO | MUR | 5.276 | 11,3% | 19,4% | 69,3% | 0,0% | 5,3% | 33,2% | 15,2% | 573 |
| 9 | SALLENT DE GALLEGO | ARA | 5.216 | 40,1% | 22,3% | 37,6% | -2,1% | 6,2% | 46,3% | 83,6% | 763 |
| 10 | CREVILLET | CVA | 4.922 | 2,2% | 93,4% | 4,4% | 11,3% | 0,0% | 29,0% | 23,0% | 504 |
| 11 | ESCORIAL (EL) | MAD | 4.805 | 0,4% | 95,6% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 50,4% | 41,0% | 411 |
| 12 | BARRUERA | CAT | 4.439 | 36,4% | 36,3% | 27,2% | 3,6% | -4,5% | 25,4% | 79,4% | 317 |
| 13 | FRIGILIANA | AND | 3.901 | 4,2% | 57,2% | 38,6% | 0,0% | 2,4% | 15,9% | 56,6% | 297 |
| 14 | CAMALEÑO | CNT | 3.411 | 17,9% | 69,3% | 12,8% | -7,3% | 0,4% | 16,9% | 69,3% | 153 |
| 15 | TORLA | ARA | 3.397 | 16,9% | 79,6% | 3,5% | 1,4% | 4,2% | 2,6% | 84,2% | 156 |
| 16 | SORT | CAT | 3.302 | 14,9% | 72,1% | 13,0% | 11,8% | 0,0% | 7,3% | 57,3% | 253 |
| 17 | SABIÑANIGO | ARA | 3.265 | 22,7% | 46,1% | 31,2% | -14,2% | 0,4% | 51,3% | 29,8% | 314 |
| 18 | ALP | CAT | 3.123 | 53,5% | 15,9% | 30,6% | 0,0% | -19,9% | 27,4% | 82,4% | 495 |
| 19 | CABRALES | AST | 3.074 | 26,1% | 49,9% | 24,1% | 0,5% | 1,0% | 42,3% | 64,7% | 255 |
| 20 | ABEJAR | CYL | 3.008 | 2,1% | 94,7% | 3,2% | 0,0% | 3,6% | 54,0% | 76,5% | 36 |
| 20 | ANTEQUERA | AND | 3.008 | 50,2% | 24,0% | 25,8% | 1,8% | -3,0% | 21,9% | 7,7% | 1.054 |
| 22 | BIELSA | ARA | 2.927 | 17,4% | 77,0% | 5,6% | 9,9% | -5,9% | 53,8% | 79,4% | 128 |
| 23 | PARRES | AST | 2.896 | 19,0% | 43,4% | 37,6% | 0,0% | 2,5% | 54,9% | 39,1% | 245 |
| 24 | ARANJUEZ | MAD | 2.868 | 41,4% | 44,2% | 14,4% | -6,5% | -11,6% | 38,6% | 4,8% | 345 |
| 25 | ARCOS DE LA FRONTERA | AND | 2.860 | 33,8% | 24,5% | 41,7% | -0,1% | 10,9% | 15,7% | 8,5% | 352 |
| 26 | CAMPRODON | CAT | 2.817 | 15,3% | 58,9% | 25,8% | -7,9% | -0,1% | 42,6% | 63,7% | 245 |
| 27 | BAÑARES | RIO | 2.808 | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | -100,0% | 87,7% | 101 |
| 28 | MORATALLA | MUR | 2.801 | 6,8% | 68,3% | 24,9% | 0,0% | 4,8% | 8,9% | 37,8% | 217 |
| 29 | BIESCAS | ARA | 2.779 | 22,7% | 41,5% | 35,8% | -10,7% | 4,7% | 48,6% | 75,6% | 219 |
| 30 | ALHAURIN EL GRANDE | AND | 2.693 | 8,7% | 35,6% | 55,7% | 0,0% | 16,4% | -2,5% | 18,7% | 414 |
| 31 | ALHAURIN DE LA TORRE | AND | 2.683 | 8,7% | 25,8% | 65,5% | 0,0% | 3,7% | 13,6% | 13,3% | 536 |
| 32 | PUIGCERDA | CAT | 2.679 | 30,3% | 36,5% | 33,2% | 3,4% | -5,1% | 27,9% | 37,9% | 601 |
| 33 | BAZTAN (VALLE DE) | NAV | 2.668 | 18,1% | 70,4% | 11,5% | 3,2% | 8,8% | 21,4% | 19,1% | 174 |
| 34 | VALL DE CARDOS | CAT | 2.637 | 8,3% | 87,8% | 3,9% | 0,0% | -0,4% | 0,0% | 78,2% | 49 |
| 35 | OSSA DE MONTIEL | CLM | 2.635 | 10,3% | 14,9% | 14,8% | -13,4% | 1,4% | 35,1% | 48,9% | 145 |
| 36 | CAZORLA | AND | 2.564 | 37,7% | 42,2% | 20,1% | 0,7% | -35,3% | 38,3% | 32,5% | 360 |
| 37 | BORREDA | CAT | 2.444 | 0,0% | 97,4% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | -8,7% | 81,2% | 38 |
| 38 | BOLTAÑA | ARA | 2.423 | 18,3% | 74,2% | 7,5% | 43,8% | 11,0% | 43,7% | 64,2% | 168 |
| 39 | CANDELEDA | CYL | 2.405 | 12,8% | 42,7% | 44,5% | 4,8% | 5,1% | 36,3% | 47,7% | 271 |
| 40 | NUCIA (LA) | CVA | 2.360 | 30,5% | 39,9% | 29,6% | -10,0% | -2,4% | -9,3% | 22,0% | 618 |
| 41 | IRUELA (LA) | AND | 2.326 | 32,6% | 45,9% | 21,5% | 1,6% | -5,1% | 15,4% | 53,2% | 197 |
| 42 | YESTE | CLM | 2.306 | 14,9% | 61,1% | 24,0% | -1,4% | -18,9% | 47,1% | 36,7% | 121 |
| 43 | SAN JORGE/SANT JORDI | CVA | 2.305 | 0,0% | 49,5% | 50,5% | 0,0% | 0,2% | 53,1% | 73,7% | 41 |
| 44 | AINSA-SOBRARBE | ARA | 2.266 | 29,7% | 53,1% | 17,3% | 2,8% | 4,3% | 6,3% | 39,6% | 309 |
| 45 | HARO | RIO | 2.262 | 22,7% | 52,4% | 24,9% | 0,0% | 7,8% | 24,0% | 27,4% | 312 |
| 46 | ESPT | CAT | 2.220 | 23,0% | 70,2% | 6,8% | -1,7% | 0,1% | 34,8% | 78,1% | 93 |
| 47 | PEGUERINOS | CYL | 2.195 | 0,0% | 98,9% | 1,1% | 0,0% | 26,7% | -48,9% | 81,7% | 29 |
| 48 | ALORA | AND | 2.184 | 8,6% | 46,4% | 45,0% | 0,0% | 2,9% | 13,9% | 16,7% | 268 |
| 49 | PANTICOSA | ARA | 2.181 | 46,4% | 5,6% | 48,0% | -0,2% | 12,8% | 36,2% | 79,5% | 287 |
| 50 | SANTIAGO-PONTONES | AND | 2.173 | 8,7% | 85,0% | 6,3% | 0,0% | -0,6% | 13,3% | 47,9% | 104 |

2. Posicionamiento de los municipios españoles por tipología de destinos

Ranking 100 principales destinos interior (II)

Año 2024

Fuente: Exceltur

| Ranking | Destino | CC.AA. | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución | | |
|---------|------------------------|--------|---|-----------|---|---|---------|---|--------------------------------|---------------------|---|
| | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | | | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 51 | BROTO | ARA | 2.147 | 23,7% | 69,4% | 6,9% | -1,0% | 1,8% | 19,4% | 75,1% | 144 |
| 52 | COMPETA | AND | 2.130 | 5,3% | 39,8% | 54,9% | 0,0% | 1,4% | 27,5% | 49,2% | 142 |
| 53 | PLASENCIA | EXT | 2.079 | 41,0% | 39,7% | 19,3% | 3,4% | 20,1% | 40,6% | 11,5% | 711 |
| 54 | JARANDILLA DE LA VERA | EXT | 2.075 | 9,9% | 79,3% | 10,7% | 0,0% | 7,3% | 6,2% | 37,6% | 202 |
| 55 | OLOT | CAT | 2.040 | 23,3% | 52,0% | 24,7% | 0,8% | 1,7% | -1,6% | 7,7% | 364 |
| 56 | VALDEMAQUEDA | MAD | 2.033 | 0,0% | 99,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | -41,7% | 75,6% | 33 |
| 57 | LABUERDA | ARA | 1.995 | 13,6% | 85,8% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 84,9% | 47 |
| 58 | UBEDA | AND | 1.971 | 46,5% | 22,8% | 30,7% | 4,2% | -16,1% | 37,4% | 11,0% | 547 |
| 59 | ALMAGRO | CLM | 1.924 | 31,6% | 34,1% | 34,3% | 0,0% | 13,1% | -3,5% | 12,5% | 240 |
| 60 | RIOPAR | CLM | 1.889 | 12,7% | 47,8% | 39,5% | -6,3% | 9,9% | 49,7% | 60,0% | 114 |
| 61 | ARZUA | GAL | 1.877 | 35,4% | 25,2% | 39,4% | 19,8% | 0,6% | 20,8% | 29,1% | 269 |
| 62 | HERVAS | EXT | 1.840 | 12,7% | 67,0% | 20,3% | 0,0% | 0,0% | 19,2% | 41,3% | 203 |
| 63 | SAN MIGUEL DE SALINAS | CVA | 1.837 | 0,7% | 45,7% | 53,7% | 0,0% | -6,0% | 29,4% | 47,6% | 185 |
| 64 | BORMUJOS | AND | 1.836 | 16,1% | 75,3% | 8,6% | 0,0% | 23,6% | 45,4% | 5,5% | 153 |
| 65 | CAZALLA DE LA SIERRA | AND | 1.829 | 10,3% | 79,6% | 10,1% | 0,0% | 6,7% | 17,1% | 44,4% | 203 |
| 66 | TRUJILLO | EXT | 1.802 | 54,7% | 27,6% | 17,7% | -3,1% | 41,5% | 8,8% | 19,6% | 349 |
| 67 | LOSAR DE LA VERA | EXT | 1.801 | 7,1% | 88,9% | 4,0% | 0,0% | -0,1% | 7,6% | 44,2% | 79 |
| 68 | SARRIA | GAL | 1.793 | 40,9% | 27,9% | 31,2% | 6,8% | 0,0% | 12,7% | 19,7% | 384 |
| 69 | PILOÑA | AST | 1.777 | 14,7% | 46,3% | 39,1% | 8,3% | -1,6% | 38,5% | 39,7% | 243 |
| 70 | TUDELA | NAV | 1.762 | 44,2% | 28,3% | 27,5% | 5,7% | 54,5% | 27,5% | 4,0% | 316 |
| 71 | BELLVER DE CERDANYA | CAT | 1.745 | 27,5% | 47,7% | 24,8% | 0,0% | 9,2% | 38,9% | 54,0% | 190 |
| 72 | GUEJAR-SIERRA | AND | 1.734 | 28,2% | 52,9% | 18,9% | 8,9% | 4,3% | 45,8% | 33,9% | 105 |
| 73 | ALCALÁ DEL JUCAR | CLM | 1.728 | 12,1% | 51,0% | 36,9% | 0,0% | 15,4% | 41,6% | 53,7% | 168 |
| 74 | ERRO (VALLE DE) | NAV | 1.705 | 3,0% | 94,0% | 3,0% | 36,8% | 1,5% | 41,7% | 62,9% | 80 |
| 75 | ONIS | AST | 1.694 | 7,0% | 78,2% | 14,8% | 0,0% | 1,2% | 7,9% | 74,0% | 125 |
| 76 | CORNELLA DE LLOBREGAT | CAT | 1.693 | 73,0% | 1,4% | 25,6% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 2,8% | 534 |
| 77 | CABRERA (LA) | MAD | 1.679 | 11,0% | 84,6% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | -20,2% | 47,1% | 167 |
| 78 | ALQUEZAR | ARA | 1.672 | 11,6% | 75,8% | 12,6% | 7,8% | 1,1% | -9,9% | 72,6% | 93 |
| 79 | ESTELLA-LIZARRA | NAV | 1.668 | 14,3% | 72,2% | 13,5% | -16,4% | 2,0% | 19,7% | 11,7% | 170 |
| 80 | ALBARRACIN | ARA | 1.639 | 43,2% | 41,2% | 15,6% | 0,4% | -0,4% | 11,8% | 57,7% | 153 |
| 81 | FORTUNA | MUR | 1.626 | 28,3% | 51,8% | 19,9% | 0,0% | 5,1% | 8,5% | 20,7% | 223 |
| 82 | SIGÜENZA | CLM | 1.613 | 35,9% | 29,2% | 34,9% | -4,0% | -1,3% | 28,2% | 51,5% | 346 |
| 83 | CIUDAD RODRIGO | CYL | 1.611 | 49,8% | 29,0% | 21,2% | 3,2% | -0,6% | 41,3% | 30,5% | 443 |
| 84 | ENGUERA | CVA | 1.560 | 2,5% | 89,6% | 7,9% | 0,0% | 6,4% | 10,8% | 32,7% | 95 |
| 85 | GARGANTILLA DEL LOZOYA | MAD | 1.542 | 2,9% | 94,6% | 2,5% | 0,0% | 0,1% | 30,0% | 86,8% | 53 |
| 86 | BARRACO | CYL | 1.516 | 4,4% | 79,9% | 15,6% | 48,9% | 2,4% | 7,9% | 51,3% | 78 |
| 87 | ALCAÑIZ | ARA | 1.501 | 37,1% | 36,0% | 26,9% | 1,6% | -15,2% | 9,3% | 11,3% | 347 |
| 88 | RIAZA | CYL | 1.495 | 2,9% | 73,6% | 23,5% | 0,0% | -1,1% | 45,6% | 65,0% | 124 |
| 89 | SANTA PAU | CAT | 1.478 | 4,2% | 84,3% | 11,5% | 29,2% | 1,1% | 11,1% | 42,1% | 108 |
| 90 | CARLOTA (LA) | AND | 1.475 | 19,5% | 76,9% | 3,7% | 0,0% | 4,1% | -27,0% | 16,2% | 281 |
| 91 | LANJARON | AND | 1.463 | 81,2% | 4,5% | 14,3% | 0,2% | -25,8% | 35,7% | 37,3% | 215 |
| 92 | CALDES DE MONTBUI | CAT | 1.469 | 26,0% | 66,2% | 7,8% | 0,0% | 0,6% | 8,6% | 12,6% | 244 |
| 93 | CASAVIEJA | CYL | 1.395 | 0,9% | 92,5% | 6,5% | -23,5% | 0,6% | 37,9% | 64,1% | 50 |
| 94 | MENDIGORRIA | NAV | 1.382 | 0,0% | 99,6% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,5% | 34 |
| 95 | GRAZALEMA | AND | 1.360 | 35,1% | 37,1% | 27,9% | 0,0% | 0,4% | -20,0% | 46,9% | 158 |
| 96 | POZO ALCON | AND | 1.332 | 24,8% | 66,7% | 8,6% | 0,0% | 0,0% | -30,1% | 18,0% | 87 |
| 97 | CASTAÑARES DE RIOJA | RIO | 1.289 | 5,3% | 92,2% | 2,5% | 6,3% | -38,3% | 128,6% | 83,9% | 37 |
| 98 | SANTA MARTA DE TORMES | CYL | 1.261 | 36,9% | 54,8% | 8,2% | -30,6% | 0,0% | 6,1% | 10,7% | 308 |
| 99 | GALENDE | CYL | 900 | 22,9% | 62,1% | 15,0% | 0,0% | -81,1% | 0,0% | 68,4% | 130 |
| 100 | MORA DE RUBIELOS | ARA | 884 | 43,2% | 37,6% | 19,2% | 4,1% | -72,9% | -3,4% | 49,5% | 171 |

Ranking de destinos por relevancia turística y contribución por CCAA

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 con más plazas turísticas de mercado de la geografía española, seleccionados para la segunda edición del presente Atlas.

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

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

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos andaluces (I)

Año 2024

Fuente: Exceltur

ANDALUCÍA

| Ranking | Destino | Provincia | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución | | |
|---------|--------------------------|-----------|---|-----------|---|---|---------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | MARBELLA | Málaga | 72.305 | 24,6% | 16,9% | 58,6% | 3,6% | 4,2% | 21,2% | 42,1% | 17.010 |
| 2 | SEVILLA | Sevilla | 63.141 | 42,9% | 14,1% | 43,0% | 6,6% | 28,5% | 31,8% | 13,4% | 19.837 |
| 3 | MÁLAGA | Málaga | 55.792 | 26,0% | 13,1% | 60,9% | 8,0% | 17,7% | 35,8% | 12,9% | 16.322 |
| 4 | TORREMOLINOS | Málaga | 38.895 | 62,0% | 10,8% | 27,2% | 0,9% | 4,3% | 23,5% | 44,0% | 8.385 |
| 5 | BENALMADENA | Málaga | 38.402 | 43,6% | 11,6% | 44,8% | 18,0% | -31,2% | 15,4% | 47,6% | 5.787 |
| 6 | MIJAS | Málaga | 36.249 | 7,3% | 27,8% | 64,9% | 17,4% | 1,2% | 24,7% | 45,1% | 5.392 |
| 7 | GRANADA | Granada | 32.811 | 49,3% | 11,5% | 39,2% | 3,4% | 17,0% | 25,7% | 21,7% | 9.961 |
| 8 | ESTEPONA | Málaga | 32.289 | 27,0% | 20,0% | 52,9% | 7,9% | 6,7% | 22,4% | 47,8% | 5.879 |
| 9 | FUENGIROLA | Málaga | 27.807 | 41,5% | 11,0% | 47,5% | -4,3% | -10,1% | 33,7% | 41,4% | 5.813 |
| 10 | ROQUETAS DE MAR | Almería | 27.722 | 63,8% | 20,0% | 16,2% | -0,3% | -1,1% | 18,6% | 32,6% | 4.868 |
| 11 | CONIL DE LA FRONTERA | Cádiz | 26.826 | 23,7% | 28,5% | 47,8% | 0,8% | 0,8% | 12,7% | 50,7% | 2.676 |
| 12 | CHICLANA DE LA FRONTERA | Cádiz | 25.624 | 48,6% | 6,1% | 45,3% | -0,3% | 6,0% | 32,4% | 36,4% | 5.231 |
| 13 | NERJA | Málaga | 20.722 | 21,6% | 24,8% | 53,6% | 1,8% | 4,6% | 20,1% | 57,5% | 2.785 |
| 14 | CÓRDOBA | Córdoba | 19.806 | 41,8% | 12,1% | 46,1% | 3,4% | 12,4% | 38,5% | 12,4% | 5.744 |
| 15 | MOJACAR | Almería | 18.838 | 46,5% | 29,0% | 24,5% | -4,2% | -2,2% | 26,8% | 71,1% | 1.580 |
| 16 | TARIFA | Cádiz | 18.324 | 18,8% | 31,8% | 49,4% | -3,9% | -5,6% | 1,2% | 49,2% | 2.420 |
| 17 | ALMUÑECAR | Granada | 16.512 | 35,4% | 17,0% | 47,7% | 0,2% | 14,0% | 26,5% | 62,7% | 2.535 |
| 18 | VERA | Almería | 13.691 | 30,0% | 31,8% | 38,2% | -6,0% | 5,5% | 19,1% | 49,0% | 1.649 |
| 19 | ISLA-CRISTINA | Huelva | 12.979 | 35,3% | 51,3% | 13,4% | -0,6% | 44,7% | 24,6% | 59,5% | 1.279 |
| 20 | CÁDIZ | Cádiz | 12.354 | 31,0% | 12,1% | 56,9% | 30,8% | -24,6% | 9,6% | 14,4% | 3.044 |
| 21 | PUERTO DE SANTA MARIA(EL | Cádiz | 12.056 | 28,0% | 20,1% | 51,9% | 2,7% | 3,2% | 29,6% | 26,3% | 2.765 |
| 22 | VELEZ-MALAGA | Málaga | 11.636 | 11,2% | 41,7% | 47,0% | -0,2% | -7,3% | 28,5% | 36,3% | 3.180 |
| 23 | BARBATE | Cádiz | 11.374 | 19,2% | 42,6% | 38,3% | 0,0% | -0,7% | 19,9% | 34,0% | 1.254 |
| 24 | ALMERÍA | Almería | 11.354 | 47,3% | 15,3% | 37,4% | 0,2% | 6,5% | 38,7% | 15,9% | 3.919 |
| 25 | PUNTA UMBRIA | Huelva | 10.723 | 48,6% | 39,6% | 11,8% | -0,2% | 0,9% | 38,2% | 68,2% | 2.193 |
| 26 | TORROX | Málaga | 10.351 | 14,9% | 35,3% | 49,8% | 0,0% | 3,8% | 30,0% | 60,3% | 1.211 |
| 27 | NIJAR | Almería | 9.881 | 19,7% | 32,8% | 47,6% | 4,6% | 5,1% | 14,2% | 14,1% | 750 |
| 28 | MANILVA | Málaga | 9.620 | 7,1% | 29,5% | 63,5% | 0,0% | 3,0% | 25,5% | 60,3% | 1.012 |
| 29 | AYAMONTE | Huelva | 9.469 | 42,8% | 10,4% | 46,7% | 3,6% | 1,5% | 10,5% | 49,0% | 1.148 |
| 30 | MONACHIL | Granada | 9.462 | 40,2% | 19,1% | 40,6% | 0,4% | 10,6% | 41,2% | 57,7% | 1.186 |
| 31 | BENAHAVIS | Málaga | 9.336 | 19,9% | 16,0% | 64,1% | -7,2% | 2,3% | 25,6% | 62,9% | 466 |
| 32 | MOGUER | Huelva | 9.250 | 15,1% | 82,3% | 2,6% | 0,9% | 0,1% | 104,3% | 19,5% | 421 |
| 33 | JEREZ DE LA FRONTERA | Cádiz | 9.175 | 43,5% | 11,4% | 45,1% | 2,6% | 41,4% | 28,1% | 6,3% | 2.562 |
| 34 | ALMONTE | Huelva | 8.736 | 52,7% | 34,1% | 13,1% | -0,4% | 16,1% | 19,3% | 52,1% | 2.249 |
| 35 | ROTA | Cádiz | 7.156 | 52,8% | 12,8% | 34,4% | -1,1% | 17,8% | 15,4% | 54,8% | 2.179 |
| 36 | RONDA | Málaga | 6.725 | 36,8% | 22,5% | 40,7% | -2,4% | 0,5% | 9,6% | 23,5% | 1.376 |
| 37 | MOTRIL | Granada | 6.048 | 35,1% | 37,4% | 27,5% | 32,9% | 7,7% | 53,7% | 31,1% | 1.708 |
| 38 | VEJER DE LA FRONTERA | Cádiz | 5.922 | 11,9% | 17,0% | 71,1% | 2,0% | 2,2% | 24,6% | 33,1% | 792 |
| 39 | CARTAYA | Huelva | 5.405 | 70,6% | 1,2% | 28,3% | -4,0% | 0,0% | 30,7% | 36,3% | 1.158 |
| 40 | SAN ROQUE | Cádiz | 5.400 | 29,1% | 11,2% | 59,7% | -4,6% | 0,8% | 11,8% | 23,5% | 1.286 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos andaluces (II)

Año 2024

Fuente: Exceltur

ANDALUCÍA

| Ranking | Destino | Provincia | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución | | |
|---------|--------------------------|-----------|---|-----------|---|---|---------|---|--------------------------------|---------------------|---|
| | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | |
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | | | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 41 | LEPE | Huelva | 5.205 | 38,0% | 38,9% | 23,1% | 6,1% | 4,9% | 20,6% | 49,9% | 2.533 |
| 42 | SANLUCAR DE BARRAMEDA | Cádiz | 5.178 | 17,6% | 7,6% | 74,8% | 12,5% | 1,8% | 30,2% | 18,0% | 1.938 |
| 43 | CHIPIONA | Cádiz | 5.080 | 54,5% | 8,3% | 37,2% | 4,1% | 0,0% | 42,2% | 55,9% | 1.696 |
| 44 | RINCON DE LA VICTORIA | Málaga | 4.646 | 14,1% | 7,9% | 77,9% | 1,9% | 2,2% | 22,8% | 32,5% | 1.217 |
| 45 | EJIDO (EL) | Almería | 4.359 | 42,7% | 41,1% | 16,2% | 0,0% | 3,3% | 13,3% | 17,4% | 1.583 |
| 46 | FRIGILIANA | Málaga | 3.901 | 4,2% | 57,2% | 38,6% | 0,0% | 2,4% | 15,9% | 56,6% | 297 |
| 47 | ANTEQUERA | Málaga | 3.008 | 50,2% | 24,0% | 25,8% | 1,8% | -3,0% | 21,9% | 7,7% | 1.054 |
| 48 | ARCOS DE LA FRONTERA | Cádiz | 2.860 | 33,8% | 24,5% | 41,7% | -0,1% | 10,9% | 15,7% | 8,5% | 352 |
| 49 | ALGECIRAS | Cádiz | 2.831 | 73,3% | 2,8% | 23,9% | -1,2% | 31,7% | 41,1% | 8,0% | 1.207 |
| 50 | ALHAURIN EL GRANDE | Málaga | 2.693 | 8,7% | 35,6% | 55,7% | 0,0% | 16,4% | -2,5% | 18,7% | 414 |
| 51 | PULPI | Almería | 2.692 | 5,9% | 38,0% | 56,1% | 0,0% | 13,8% | 36,7% | 47,7% | 397 |
| 52 | ALHAURIN DE LA TORRE | Málaga | 2.683 | 8,7% | 25,8% | 65,5% | 0,0% | 3,7% | 13,6% | 13,3% | 536 |
| 53 | CARBONERAS | Almería | 2.617 | 26,5% | 26,3% | 47,2% | 8,4% | 5,5% | 13,7% | 35,9% | 948 |
| 54 | CAZORLA | Jaén | 2.564 | 37,7% | 42,2% | 20,1% | 0,7% | -35,3% | 38,3% | 32,5% | 360 |
| 55 | CUEVAS DEL ALMANZORA | Almería | 2.470 | 10,6% | 56,7% | 32,8% | -2,2% | 4,8% | 14,3% | 37,2% | 667 |
| 56 | IRUELA (LA) | Jaén | 2.326 | 32,6% | 45,9% | 21,5% | 1,6% | -5,1% | 15,4% | 53,2% | 197 |
| 57 | ALORA | Málaga | 2.184 | 8,6% | 46,4% | 45,0% | 0,0% | 2,9% | 13,9% | 16,7% | 268 |
| 58 | SANTIAGO-PONTONES | Jaén | 2.173 | 8,7% | 85,0% | 6,3% | 0,0% | -0,6% | 13,3% | 47,9% | 104 |
| 59 | COMPETA | Málaga | 2.130 | 5,3% | 39,8% | 54,9% | 0,0% | 1,4% | 27,5% | 49,2% | 142 |
| 60 | LINEA DE LA CONCEPCION (| Cádiz | 2.018 | 55,8% | 11,1% | 33,1% | -40,1% | -17,9% | 316,9% | 7,9% | 603 |
| 61 | UBEDA | Jaén | 1.971 | 46,5% | 22,8% | 30,7% | 4,2% | -16,1% | 37,4% | 11,0% | 547 |
| 62 | JAÉN | Jaén | 1.843 | 57,1% | 3,2% | 39,7% | -0,5% | 37,2% | 91,4% | 7,2% | 1.320 |
| 63 | BORMUJOS | Sevilla | 1.836 | 16,1% | 75,3% | 8,6% | 0,0% | 23,6% | 45,4% | 5,5% | 153 |
| 64 | CAZALLA DE LA SIERRA | Sevilla | 1.829 | 10,3% | 79,6% | 10,1% | 0,0% | 6,7% | 17,1% | 44,4% | 203 |
| 65 | HUELVA | Huelva | 1.793 | 66,0% | 0,7% | 33,4% | 0,1% | 0,0% | 49,1% | 7,2% | 1.254 |
| 66 | GUEJAR-SIERRA | Granada | 1.734 | 28,2% | 52,9% | 18,9% | 8,9% | 4,3% | 45,8% | 33,9% | 105 |
| 67 | SAN FERNANDO | Cádiz | 1.651 | 51,2% | 6,7% | 42,2% | 0,0% | -3,5% | 52,0% | 6,1% | 428 |
| 68 | DOS HERMANAS | Sevilla | 1.639 | 37,7% | 33,4% | 28,9% | 0,0% | 3,4% | 83,7% | 3,3% | 741 |
| 69 | CARLOTA (LA) | Córdoba | 1.475 | 19,5% | 76,9% | 3,7% | 0,0% | 4,1% | -27,0% | 16,2% | 281 |
| 70 | LANJARON | Granada | 1.463 | 81,2% | 4,5% | 14,3% | 0,2% | -25,8% | 35,7% | 37,3% | 215 |
| 71 | ALMODOVAR DEL RIO | Córdoba | 1.391 | 2,5% | 78,1% | 19,3% | -20,5% | 2,4% | 33,2% | 19,4% | 70 |
| 72 | GRAZALEMA | Cádiz | 1.360 | 35,1% | 37,1% | 27,9% | 0,0% | 0,4% | -20,0% | 46,9% | 158 |
| 73 | POZO ALCON | Jaén | 1.332 | 24,8% | 66,7% | 8,6% | 0,0% | 0,0% | -30,1% | 18,0% | 87 |
| 74 | OLVERA | Cádiz | 1.277 | 11,7% | 67,9% | 20,4% | 0,0% | 0,0% | 7,9% | 21,0% | 123 |
| 75 | GUILLENA | Sevilla | 1.237 | 42,5% | 33,3% | 24,2% | 8,0% | 0,0% | 39,7% | 15,8% | 170 |
| 76 | ARDALES | Málaga | 1.222 | 7,9% | 72,9% | 19,2% | 0,0% | -0,4% | 49,7% | 37,8% | 135 |
| 77 | PRIEGO DE CORDOBA | Córdoba | 1.197 | 36,9% | 38,4% | 24,6% | -1,3% | -15,3% | -9,8% | 15,1% | 268 |
| 78 | BARRIOS (LOS) | Cádiz | 1.174 | 89,4% | 1,5% | 9,0% | 0,0% | 0,0% | 68,3% | 11,4% | 489 |
| 79 | LOJA | Granada | 1.120 | 80,1% | 4,0% | 15,9% | 0,0% | 0,0% | 32,8% | 11,4% | 302 |
| 80 | SEGURA DE LA SIERRA | Jaén | 1.111 | 6,8% | 83,2% | 10,1% | 0,0% | 1,8% | 75,0% | 39,9% | 52 |
| 81 | ALBOLOTE | Granada | 1.084 | 93,7% | 0,0% | 6,3% | 0,3% | | -44,7% | 16,5% | 474 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos aragoneses

Año 2024

Fuente: Exceltur

ARAGÓN

| Modelo alojativo del destino | | | | | | | Especialización y contribución | | | | |
|------------------------------|-----------------------|-----------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|---------------------|
| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social |
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | ZARAGOZA | Zaragoza | 16.140 | 63,9% | 10,1% | 26,0% | -0,4% | 4,2% | 72,1% | 7,0% | 6.921 |
| 2 | JACA | Huesca | 6.120 | 41,8% | 33,3% | 24,9% | -0,5% | -0,2% | 2,2% | 61,9% | 1.246 |
| 3 | BENASQUE | Huesca | 5.315 | 31,3% | 40,0% | 28,7% | -5,1% | -0,9% | 9,8% | 76,6% | 698 |
| 4 | SALLENT DE GALLEGO | Huesca | 5.216 | 40,1% | 22,3% | 37,6% | -2,1% | 6,2% | 46,3% | 83,6% | 763 |
| 5 | TERUEL | Teruel | 3.400 | 57,4% | 19,3% | 23,3% | 1,2% | 6,2% | 22,9% | 19,2% | 1.185 |
| 6 | TORLA | Huesca | 3.397 | 16,9% | 79,6% | 3,5% | 1,4% | 4,2% | 2,6% | 84,2% | 156 |
| 7 | SABIÑANIGO | Huesca | 3.265 | 22,7% | 46,1% | 31,2% | -14,2% | 0,4% | 51,3% | 29,8% | 314 |
| 8 | BIELSA | Huesca | 2.927 | 17,4% | 77,0% | 5,6% | 9,9% | 65,9% | 53,8% | 79,4% | 128 |
| 9 | BIESCAS | Huesca | 2.779 | 22,7% | 41,5% | 35,8% | -10,7% | 4,7% | 48,6% | 75,6% | 219 |
| 10 | BOLTAÑA | Huesca | 2.423 | 18,3% | 74,2% | 7,5% | 43,8% | 11,0% | 43,7% | 64,2% | 168 |
| 11 | AINSA-SOBRARBE | Huesca | 2.266 | 29,7% | 53,1% | 17,3% | 2,8% | 4,3% | 6,3% | 39,6% | 309 |
| 12 | PANTICOSA | Huesca | 2.181 | 46,4% | 5,6% | 48,0% | -0,2% | 12,8% | 36,2% | 79,5% | 287 |
| 13 | BROTO | Huesca | 2.147 | 23,7% | 69,4% | 6,9% | -1,0% | 1,8% | 19,4% | 75,1% | 144 |
| 14 | LABUERDA | Huesca | 1.995 | 13,6% | 85,8% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 88,3% | 84,9% | 47 |
| 15 | HUESCA | Huesca | 1.743 | 69,2% | 15,9% | 14,8% | -0,4% | -2,8% | 72,0% | 9,0% | 727 |
| 16 | ALQUEZAR | Huesca | 1.672 | 11,6% | 75,8% | 12,6% | 7,8% | 1,1% | -9,9% | 72,6% | 93 |
| 17 | ALBARRACIN | Teruel | 1.639 | 43,2% | 41,2% | 15,6% | 0,4% | -0,4% | 11,8% | 57,7% | 153 |
| 18 | ALCAÑIZ | Teruel | 1.501 | 37,1% | 36,0% | 26,9% | 1,6% | -15,2% | 93,3% | 11,3% | 347 |
| 19 | BIERGE | Huesca | 1.328 | 19,1% | 72,9% | 8,1% | 0,4% | -3,1% | 10,3% | 76,1% | 56 |
| 20 | PUEBLA DE CASTRO (LA) | Huesca | 1.322 | 7,8% | 83,6% | 8,6% | 10,8% | 0,0% | 7,5% | 67,0% | 32 |
| 21 | VALLE DE HECHO | Huesca | 1.288 | 16,1% | 78,9% | 5,0% | -1,0% | 0,4% | 30,6% | 58,5% | 71 |
| 22 | FISCAL | Huesca | 1.238 | 6,1% | 80,5% | 13,4% | 0,0% | -1,3% | 11,4% | 71,2% | 43 |
| 23 | CASPE | Zaragoza | 1.210 | 22,2% | 69,4% | 8,3% | 0,0% | 15,5% | 26,3% | 20,0% | 220 |
| 24 | PUERTOLAS | Huesca | 1.207 | 17,2% | 72,7% | 10,1% | 0,0% | -8,0% | 125,9% | 72,6% | 53 |
| 25 | MORA DE RUBIELOS | Teruel | 884 | 43,2% | 37,6% | 19,2% | 4,1% | -72,9% | -3,4% | 49,5% | 171 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos asturianos

Año 2024

Fuente: Exceltur

ASTURIAS

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado |
|---------|--------------------|-----------|--|
| 1 | LLANES | Asturias | 20.600 |
| 2 | GIJON | Asturias | 15.250 |
| 3 | OVIEDO | Asturias | 10.686 |
| 4 | CANGAS DE ONIS | Asturias | 7.216 |
| 5 | VILLAVICIOSA | Asturias | 5.361 |
| 6 | RIBADESELLA | Asturias | 5.299 |
| 7 | CUDILLERO | Asturias | 5.203 |
| 8 | VALDES | Asturias | 3.634 |
| 9 | RIBADEDEVA | Asturias | 3.447 |
| 10 | CABRALES | Asturias | 3.074 |
| 11 | PARRES | Asturias | 2.896 |
| 12 | COLUNGA | Asturias | 2.641 |
| 13 | GOZON | Asturias | 2.560 |
| 14 | CASTRILLON | Asturias | 2.415 |
| 15 | CARREÑO | Asturias | 2.229 |
| 16 | CASTROPOL | Asturias | 2.101 |
| 17 | PILONA | Asturias | 1.777 |
| 18 | ONIS | Asturias | 1.694 |
| 19 | TAPIA DE CASARIEGO | Asturias | 1.469 |
| 20 | SIERO | Asturias | 1.451 |
| 21 | CARAVIA | Asturias | 1.337 |
| 22 | CANGAS DEL NARCEA | Asturias | 1.300 |
| 23 | SOMIEDO | Asturias | 1.233 |

| Modelo alojativo del destino | | | | | | |
|---|---|---|---|---------|---|---|
| Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | |
| % Hoteles | % | | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | | | | |
| 14,3% | 51,5% | 34,2% | 9,1% | 0,0% | 24,4% | |
| 32,5% | 15,1% | 52,3% | -0,4% | 3,4% | 55,3% | |
| 51,4% | 3,2% | 45,3% | -2,6% | 64,0% | 79,8% | |
| 38,3% | 33,3% | 28,4% | 2,8% | 4,5% | 25,5% | |
| 14,9% | 51,6% | 33,6% | -0,1% | -0,1% | 62,7% | |
| 20,7% | 47,0% | 32,3% | 1,1% | 3,7% | 23,8% | |
| 14,4% | 58,0% | 27,6% | 4,6% | 8,1% | 73,9% | |
| 12,1% | 59,5% | 28,5% | -8,0% | -5,5% | 29,3% | |
| 8,8% | 62,3% | 28,9% | -35,6% | 2,3% | 51,5% | |
| 26,1% | 49,9% | 24,1% | 0,5% | 1,0% | 42,3% | |
| 19,0% | 43,4% | 37,6% | 0,0% | 2,5% | 54,9% | |
| 22,4% | 42,4% | 35,3% | 0,0% | 8,5% | 39,0% | |
| 14,8% | 49,8% | 35,4% | 0,0% | 5,0% | 41,3% | |
| 9,4% | 57,8% | 32,8% | 39,0% | 3,0% | 30,9% | |
| 27,5% | 52,2% | 20,2% | 5,3% | 1,3% | 67,0% | |
| 8,9% | 75,4% | 15,7% | 0,0% | 4,1% | 13,8% | |
| 14,7% | 46,3% | 39,1% | 8,3% | -1,6% | 38,5% | |
| 7,0% | 78,2% | 14,8% | 0,0% | 1,2% | 79,9% | |
| 16,8% | 69,0% | 14,2% | 7,4% | 1,8% | 30,0% | |
| 58,0% | 10,9% | 31,1% | 3,3% | -2,5% | 46,9% | |
| 4,8% | 75,5% | 19,7% | 0,0% | 0,0% | 60,4% | |
| 29,8% | 54,8% | 15,4% | 6,3% | -0,3% | -7,4% | |
| 12,1% | 77,2% | 10,7% | -23,2% | 0,5% | 38,9% | |

| Especialización y contribución | |
|---------------------------------------|---------------------|
| Especialización | Contribución social |
| % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 66,1% | 1.909 |
| 10,1% | 3.623 |
| 10,8% | 3.348 |
| 43,3% | 809 |
| 46,5% | 707 |
| 62,8% | 608 |
| 57,5% | 358 |
| 39,4% | 403 |
| 62,0% | 170 |
| 64,7% | 255 |
| 39,1% | 245 |
| 61,5% | 322 |
| 45,5% | 380 |
| 16,5% | 402 |
| 19,1% | 219 |
| 42,3% | 107 |
| 39,7% | 243 |
| 74,0% | 125 |
| 57,3% | 199 |
| 10,8% | 814 |
| 72,8% | 57 |
| 29,6% | 408 |
| 76,8% | 58 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos baleares

Año 2024

Fuente: Exceltur

ISLAS BALEARES

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado |
|---------|----------------------------|------------|--|
| 1 | CALVIA | Mallorca | 69.424 |
| 2 | PALMA DE MALLORCA | Mallorca | 59.481 |
| 3 | ALCUDIA | Mallorca | 40.518 |
| 4 | SANT JOSEP DE SA TALAIA | Ibiza | 33.780 |
| 5 | CIUTADELLA DE MENORCA | Menorca | 33.716 |
| 6 | SANTA EULARIA DEL RIU | Ibiza | 31.435 |
| 7 | SANT LLORENC DES CARDASSAR | Mallorca | 27.589 |
| 8 | SANTANYI | Mallorca | 26.472 |
| 9 | MANACOR | Mallorca | 25.696 |
| 10 | POLLENÇA | Mallorca | 25.401 |
| 11 | CAPDEPERA | Mallorca | 23.073 |
| 12 | SANTA MARGALIDA | Mallorca | 19.987 |
| 13 | SANT ANTONI DE PORTMANY | Ibiza | 19.531 |
| 14 | MURO | Mallorca | 19.231 |
| 15 | LLUCMAJOR | Mallorca | 18.540 |
| 16 | EIVISSA | Ibiza | 17.028 |
| 17 | SON SERVERA | Mallorca | 15.626 |
| 18 | FORMENTERA | Formentera | 13.389 |
| 19 | FELANITX | Mallorca | 12.021 |
| 20 | SANT LLUIS | Menorca | 11.316 |
| 21 | ES MERCADAL | Menorca | 10.449 |
| 22 | ALAIOR | Menorca | 9.404 |
| 23 | SANT JOAN DE LABRITJA | Ibiza | 7.220 |
| 24 | SOLLER | Mallorca | 6.726 |
| 25 | SES SALINES | Mallorca | 6.262 |
| 26 | ANDRATX | Mallorca | 6.018 |
| 27 | MAO | Menorca | 3.470 |
| 28 | ES MIGJORN GRAN | Menorca | 3.122 |
| 29 | FERRERIES | Menorca | 2.297 |

Modelo alojativo del destino

Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura

Variación plazas 2024 v.s 2022

| Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | |
|---|---|---|--------------------------------|---|---|
| % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 82,2% | 13,0% | 4,7% | 0,7% | 10,7% | -9,5% |
| 85,3% | 4,5% | 10,2% | 3,0% | 11,6% | 5,8% |
| 55,3% | 18,5% | 26,2% | 1,0% | -3,3% | -5,8% |
| 47,7% | 18,4% | 33,9% | 6,5% | 15,7% | 6,6% |
| 44,9% | 32,1% | 23,0% | 1,2% | 0,8% | 4,4% |
| 55,4% | 17,7% | 26,9% | 7,3% | -3,1% | 10,0% |
| 87,0% | 6,2% | 6,8% | 0,6% | 0,9% | -5,2% |
| 59,5% | 11,0% | 29,5% | 2,3% | -16,3% | -0,2% |
| 69,9% | 6,3% | 23,7% | 1,9% | -7,3% | 2,6% |
| 24,1% | 8,0% | 67,9% | 7,0% | -5,8% | -1,3% |
| 80,0% | 6,0% | 14,0% | 2,3% | -3,4% | -2,6% |
| 68,7% | 7,4% | 24,0% | 1,7% | 0,0% | -2,9% |
| 64,7% | 19,8% | 15,6% | -2,5% | -23,1% | 2,8% |
| 82,5% | 2,2% | 15,4% | 1,3% | -27,2% | 4,5% |
| 66,4% | 10,7% | 22,9% | 4,4% | -1,6% | 1,3% |
| 59,9% | 23,6% | 16,5% | 6,1% | -9,8% | 6,4% |
| 74,8% | 13,7% | 11,5% | -0,1% | 20,6% | 0,8% |
| 40,7% | 22,5% | 36,8% | 2,3% | 3,3% | 10,3% |
| 37,0% | 15,8% | 47,2% | 9,1% | -23,5% | -0,8% |
| 45,1% | 18,5% | 36,4% | 5,7% | 10,1% | 4,4% |
| 45,5% | 16,8% | 37,7% | -0,1% | 0,5% | -3,4% |
| 36,3% | 25,7% | 38,0% | 0,0% | 20,3% | 19,3% |
| 49,1% | 18,4% | 32,5% | -19,3% | 24,1% | 0,4% |
| 39,0% | 10,7% | 50,3% | 0,2% | 12,8% | -5,3% |
| 65,1% | 8,2% | 26,7% | 0,3% | 6,6% | 16,6% |
| 62,2% | 10,0% | 27,8% | 2,0% | 0,3% | -5,6% |
| 51,1% | 14,7% | 34,2% | 7,0% | 23,1% | 6,4% |
| 57,0% | 29,2% | 13,8% | -0,1% | -4,7% | 14,6% |
| 36,8% | 30,0% | 33,1% | 5,5% | 0,9% | 13,4% |

Especialización y contribución

Especialización

Contribución social

| % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
|---------------------------------------|--------------------|
| 65,9% | 12.086 |
| 14,2% | 32.373 |
| 67,6% | 5.832 |
| 58,4% | 4.112 |
| 54,0% | 3.181 |
| 51,6% | 4.798 |
| 76,5% | 1.119 |
| 74,1% | 3.386 |
| 47,2% | 3.631 |
| 67,0% | 2.502 |
| 63,4% | 2.461 |
| 63,2% | 2.692 |
| 39,8% | 3.227 |
| 69,1% | 1.770 |
| 40,3% | 3.932 |
| 25,9% | 7.992 |
| 53,7% | 4.770 |
| 56,5% | 1.997 |
| 48,8% | 1.654 |
| 66,9% | 628 |
| 79,2% | 1.068 |
| 62,5% | 1.923 |
| 45,2% | 1.806 |
| 66,0% | 963 |
| 58,6% | 1.254 |
| 22,2% | 1.455 |
| 67,3% | 97 |
| 34,1% | 217 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos catalanes (I)

Año 2024

Fuente: Exceltur

CATALUÑA

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Modelo alojativo del destino | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización y contribución | |
|---------|--------------------------|-----------|--|------------------------------|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | BARCELONA | Barcelona | 137.550 | 64,5% | 2,3% | 33,2% | 1,4% | 4,6% | 26,4% | 10,7% | 57.116 |
| 2 | SALOU | Tarragona | 74.659 | 50,3% | 30,5% | 19,2% | 2,3% | -1,2% | 16,3% | 77,2% | 6.383 |
| 3 | LLORET DE MAR | Girona | 53.023 | 62,0% | 16,4% | 21,6% | 0,1% | -5,2% | 16,3% | 51,4% | 5.372 |
| 4 | TORROELLA DE MONTGRI | Girona | 34.421 | 5,7% | 76,5% | 17,7% | 6,1% | 9,6% | 12,1% | 70,0% | 1.559 |
| 5 | CAMBRILS | Tarragona | 33.565 | 22,5% | 53,0% | 24,5% | 0,6% | 0,2% | 7,0% | 63,7% | 3.162 |
| 6 | CASTELL-PLATJA D'ARO | Girona | 30.243 | 24,7% | 51,6% | 23,7% | 1,3% | 0,4% | 17,9% | 76,9% | 2.790 |
| 7 | ROSES | Girona | 28.010 | 27,7% | 24,7% | 47,7% | 0,1% | -6,5% | 13,5% | 72,0% | 2.491 |
| 8 | CASTELLO D'EMPURIES | Girona | 27.625 | 4,9% | 60,2% | 35,0% | 7,5% | -4,6% | 21,9% | 77,9% | 2.116 |
| 9 | MONT-ROIG DEL CAMP | Tarragona | 23.383 | 8,0% | 60,6% | 31,4% | -0,8% | 5,6% | 7,4% | 66,3% | 931 |
| 10 | BLANES | Girona | 21.630 | 17,2% | 66,7% | 16,1% | 1,5% | 0,8% | 7,4% | 42,0% | 2.062 |
| 11 | ESCALA (L') | Girona | 19.992 | 5,4% | 51,9% | 42,7% | 9,1% | -1,7% | 15,6% | 77,6% | 1.307 |
| 12 | PALS | Girona | 19.360 | 5,4% | 74,7% | 20,0% | 4,8% | -2,2% | 14,0% | 87,1% | 708 |
| 13 | TOSSA DE MAR | Girona | 19.235 | 45,9% | 31,9% | 22,2% | 0,9% | -25,9% | 4,3% | 76,0% | 1.668 |
| 14 | CALONGE | Girona | 18.456 | 5,0% | 65,3% | 29,7% | -12,9% | 4,7% | 12,7% | 69,8% | 956 |
| 15 | PALAFRUGELL | Girona | 17.568 | 9,6% | 51,1% | 39,3% | 5,6% | -9,0% | 5,7% | 53,8% | 1.735 |
| 16 | MALGRAT DE MAR | Barcelona | 16.962 | 40,7% | 54,3% | 5,1% | -3,8% | 7,5% | 43,2% | 46,9% | 1.395 |
| 17 | TARRAGONA | Tarragona | 16.948 | 14,6% | 63,5% | 21,9% | -0,8% | 0,7% | 25,9% | 11,5% | 2.725 |
| 18 | SANTA SUSANNA | Barcelona | 16.789 | 72,5% | 22,9% | 4,6% | 10,1% | 0,0% | 22,7% | 76,1% | 1.466 |
| 19 | CALELLA | Barcelona | 16.448 | 73,6% | 19,1% | 7,2% | -0,6% | 5,2% | 20,2% | 42,6% | 1.761 |
| 20 | VILA-SECA | Tarragona | 16.134 | 66,1% | 16,4% | 17,5% | 1,4% | 7,7% | 30,8% | 53,4% | 3.713 |
| 21 | SANT PERE PESCADOR | Girona | 15.218 | 0,9% | 95,3% | 3,8% | 0,0% | -1,7% | 16,9% | 82,2% | 589 |
| 22 | SITGES | Barcelona | 13.735 | 37,1% | 24,0% | 38,9% | -0,6% | -1,9% | 2,6% | 34,2% | 2.512 |
| 23 | PALAMOS | Girona | 12.386 | 11,0% | 62,6% | 26,4% | 0,0% | 0,7% | 10,6% | 48,3% | 1.453 |
| 24 | AMETLLA DE MAR (L') | Tarragona | 11.646 | 5,1% | 31,0% | 63,9% | 0,0% | 0,2% | 22,6% | 67,4% | 582 |
| 25 | VILANOVA I LA GELTRU | Barcelona | 11.286 | 3,1% | 86,9% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 18,2% | 18,1% | 1.120 |
| 26 | VENDRELL (EL) | Tarragona | 11.059 | 24,0% | 51,9% | 24,1% | 0,0% | 3,9% | 15,7% | 47,2% | 1.790 |
| 27 | BEGUR | Girona | 10.283 | 10,9% | 22,6% | 66,5% | 0,5% | -30,6% | 17,3% | 76,8% | 1.171 |
| 28 | PINEDA DE MAR | Barcelona | 9.738 | 43,8% | 41,0% | 15,2% | 1,2% | 3,5% | 33,6% | 39,7% | 1.157 |
| 29 | NAUT ARAN | Lleida | 9.209 | 38,9% | 8,1% | 53,1% | 4,9% | 11,2% | 25,5% | 86,1% | 1.078 |
| 30 | HOSPITALET DE LLOBREGAT | Barcelona | 9.145 | 57,3% | 5,2% | 37,5% | 6,1% | 1,1% | 46,4% | 3,3% | 2.079 |
| 31 | RODA DE BARA | Tarragona | 8.844 | 0,2% | 82,5% | 17,3% | 0,0% | 0,0% | 12,7% | 69,0% | 523 |
| 32 | CREIXELL | Tarragona | 7.934 | 0,7% | 90,9% | 8,4% | 0,0% | 0,6% | 16,5% | 71,0% | 322 |
| 33 | CASTELLDEFELS | Barcelona | 7.762 | 38,4% | 43,3% | 18,3% | 1,4% | 4,3% | 23,1% | 19,3% | 1.721 |
| 34 | TORREDEMBARRA | Tarragona | 7.678 | 4,3% | 60,1% | 35,7% | 0,0% | 12,0% | 21,2% | 53,8% | 1.039 |
| 35 | SANTA CRISTINA D'ARO | Girona | 7.657 | 5,9% | 74,3% | 19,8% | 6,1% | 1,4% | 19,2% | 57,1% | 405 |
| 36 | CALAFELL | Tarragona | 7.160 | 24,3% | 24,9% | 50,8% | -0,3% | -3,3% | 18,4% | 53,6% | 1.291 |
| 37 | DELTEBRE | Tarragona | 6.807 | 6,7% | 32,5% | 60,8% | 8,1% | 27,6% | 32,6% | 28,3% | 346 |
| 38 | SANT FELIU DE GUIXOLS | Girona | 6.422 | 29,3% | 16,9% | 53,8% | -0,2% | -1,9% | 4,4% | 43,0% | 1.047 |
| 39 | LLANÇA | Girona | 6.128 | 10,3% | 32,1% | 57,5% | 1,0% | -1,2% | 10,6% | 79,1% | 413 |
| 40 | VIELHA E MIJARAN | Lleida | 6.000 | 57,9% | 16,4% | 25,7% | -0,8% | -0,8% | 6,3% | 61,1% | 712 |
| 41 | VANDELLOS I L'HOSPITALET | Tarragona | 5.214 | 15,0% | 65,3% | 19,7% | 10,2% | 30,7% | -0,8% | 56,1% | 449 |
| 42 | CADAQUES | Girona | 4.921 | 24,0% | 15,8% | 60,2% | 1,7% | -33,7% | 7,4% | 73,4% | 795 |
| 43 | GIRONA | Girona | 4.805 | 49,4% | 4,2% | 46,3% | 1,4% | 14,7% | 28,7% | 7,9% | 2.332 |
| 44 | BARRUERA | Lleida | 4.439 | 36,4% | 36,3% | 27,2% | 3,6% | -4,5% | 25,4% | 79,4% | 317 |
| 45 | PORT DE LA SELVA (EL) | Girona | 4.192 | 7,5% | 66,0% | 26,6% | 0,6% | 11,4% | 9,2% | 86,3% | 233 |
| 46 | RÀPITA (LA) | Tarragona | 4.082 | 33,8% | 16,8% | 49,4% | 51,6% | 0,0% | 38,5% | 38,5% | 860 |
| 47 | AMPOLLA (L') | Tarragona | 3.903 | 12,8% | 31,4% | 55,8% | -1,6% | 0,5% | 11,3% | 60,9% | 313 |
| 48 | ALTAFULLA | Tarragona | 3.725 | 18,2% | 59,4% | 22,4% | 1,2% | 16,5% | 20,3% | 56,5% | 410 |
| 49 | MONTBLANC | Tarragona | 3.694 | 2,6% | 91,7% | 5,7% | 5,6% | 0,6% | 76,5% | 29,4% | 273 |
| 50 | SORT | Lleida | 3.302 | 14,9% | 72,1% | 13,0% | 11,8% | 0,0% | 7,3% | 57,3% | 253 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos catalanes (II)

Año 2024

Fuente: Exceltur

CATALUÑA

| Ranking | Destino | Provincia |
|---------|-------------------------|-----------|
| 51 | ALCANAR | Tarragona |
| 52 | CANET DE MAR | Barcelona |
| 53 | CERDANYOLA DEL VALLES | Barcelona |
| 54 | ALP | Girona |
| 55 | MATARO | Barcelona |
| 56 | GAVA | Barcelona |
| 57 | CAMPRODON | Girona |
| 58 | PUIGCERDA | Girona |
| 59 | LLEIDA | Lleida |
| 60 | VALL DE CARDOS | Lleida |
| 61 | ARENYS DE MAR | Barcelona |
| 62 | BORREDA | Barcelona |
| 63 | SANT CUGAT DEL VALLES | Barcelona |
| 64 | FIGUERES | Girona |
| 65 | AMPOSTA | Tarragona |
| 66 | ESPOT | Lleida |
| 67 | CUBELLES | Barcelona |
| 68 | SANT POL DE MAR | Barcelona |
| 69 | OLOT | Girona |
| 70 | MONT-RAS | Girona |
| 71 | BELLVER DE Cerdanya | Lleida |
| 72 | SABADELL | Barcelona |
| 73 | CORNELLA DE LLOBREGAT | Barcelona |
| 74 | REUS | Tarragona |
| 75 | PRAT DE LLOBREGAT (EL) | Barcelona |
| 76 | ARBUCIES | Girona |
| 77 | SANTA PAU | Girona |
| 78 | CALDES DE MONTBUI | Barcelona |
| 79 | CASTELLAR DEL RIU | Barcelona |
| 80 | GRANOLLERS | Barcelona |
| 81 | SOLSONA | Lleida |
| 82 | CALDES DE MALAVELLA | Girona |
| 83 | COLERA | Girona |
| 84 | PRULLANS | Lleida |
| 85 | CAMARASA | Lleida |
| 86 | SALDES | Barcelona |
| 87 | RIBES DE FRESE | Girona |
| 88 | PONT DE SUERT (EL) | Lleida |
| 89 | BERGA | Barcelona |
| 90 | ARNES | Tarragona |
| 91 | PORQUERES | Girona |
| 92 | RIPOLL | Girona |
| 93 | MONTAGUT | Girona |
| 94 | MONTFERRER I CASTELLBO | Lleida |
| 95 | SANT LLORENÇ DE MORUNYS | Lleida |
| 96 | VALLS DE VALIRA (LES) | Lleida |
| 97 | SANT JOAN DESPI | Barcelona |

| Modelo alojativo del destino | | | | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización y contribución | | |
|---|-------|----------------------------|--------------------------|---|--|--------------------------------|--------------------------|-------------|---|---------------------------------------|--------------------|
| Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | | | | | | | Especialización | Contribución social | |
| Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % | % Apartamentos por llaves, | | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | | Hoteles | Apartamentos por llaves, | | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| | | Hoteles | Campings y Turismo Rural | | | | Campings y Turismo Rural | Plataformas | | | |
| 3.228 | 4,5% | 43,8% | 51,8% | 51,8% | | 0,0% | 0,0% | 19,7% | 43,3% | 339 | |
| 3.170 | 11,1% | 67,4% | 21,5% | 21,5% | | 0,0% | 0,0% | 27,9% | 27,4% | 282 | |
| 3.132 | 25,9% | 68,7% | 5,5% | 5,5% | | 52,3% | 4,6% | 59,8% | 5,3% | 310 | |
| 3.123 | 53,5% | 15,9% | 30,6% | 30,6% | | 0,0% | -19,9% | 27,4% | 82,4% | 495 | |
| 2.953 | 32,9% | 41,3% | 25,8% | 25,8% | | 0,0% | 0,0% | 30,5% | 4,0% | 616 | |
| 2.882 | 6,9% | 76,3% | 16,8% | 16,8% | | 0,0% | 0,0% | 49,5% | 13,4% | 641 | |
| 2.817 | 15,3% | 58,9% | 25,8% | 25,8% | | -7,9% | -0,1% | 42,6% | 63,7% | 245 | |
| 2.679 | 30,3% | 36,5% | 33,2% | 33,2% | | 3,4% | -5,1% | 27,9% | 37,9% | 601 | |
| 2.647 | 88,4% | 0,8% | 10,9% | 10,9% | | -0,8% | 233,3% | 8,7% | 6,0% | 1.413 | |
| 2.637 | 8,3% | 87,8% | 3,9% | 3,9% | | 0,0% | -0,4% | 0,0% | 78,2% | 49 | |
| 2.634 | 6,2% | 71,6% | 22,1% | 22,1% | | 0,0% | 0,0% | 21,5% | 22,8% | 410 | |
| 2.444 | 0,0% | 97,4% | 2,6% | 2,6% | | 0,0% | 0,0% | -8,7% | 81,2% | 38 | |
| 2.389 | 81,3% | 0,3% | 18,4% | 18,4% | | 37,1% | 0,0% | 38,5% | 5,7% | 1.202 | |
| 2.297 | 66,0% | 3,7% | 30,3% | 30,3% | | -0,9% | 0,0% | 11,9% | 6,2% | 603 | |
| 2.237 | 10,5% | 48,9% | 40,5% | 40,5% | | 0,0% | 0,9% | 9,9% | 8,5% | 264 | |
| 2.220 | 23,0% | 70,2% | 6,8% | 6,8% | | -1,7% | 0,1% | 34,8% | 78,1% | 93 | |
| 2.098 | 3,8% | 57,5% | 38,8% | 38,8% | | 0,0% | 0,0% | 21,9% | 37,8% | 342 | |
| 2.082 | 5,6% | 57,5% | 36,9% | 36,9% | | -20,4% | 0,0% | 12,8% | 49,4% | 206 | |
| 2.040 | 23,3% | 52,0% | 24,7% | 24,7% | | 0,8% | 1,7% | -1,6% | 7,7% | 364 | |
| 1.765 | 0,0% | 88,5% | 11,5% | 11,5% | | 0,0% | 0,0% | -4,2% | 40,5% | 73 | |
| 1.745 | 27,5% | 47,7% | 24,8% | 24,8% | | 0,0% | 9,2% | 38,9% | 54,0% | 190 | |
| 1.731 | 79,3% | 0,0% | 20,7% | 20,7% | | 0,0% | 0,0% | 78,6% | 2,3% | 854 | |
| 1.693 | 73,0% | 1,4% | 25,6% | 25,6% | | 0,0% | 0,0% | 62,2% | 2,8% | 534 | |
| 1.664 | 60,2% | 3,1% | 36,8% | 36,8% | | 0,0% | 15,9% | 22,9% | 6,7% | 1.097 | |
| 1.535 | 81,6% | 0,0% | 18,4% | 18,4% | | 0,0% | 0,0% | 122,0% | 3,6% | 3.441 | |
| 1.532 | 5,5% | 76,9% | 17,6% | 17,6% | | 0,0% | 1,2% | 14,5% | 19,0% | 127 | |
| 1.478 | 4,2% | 84,3% | 11,5% | 11,5% | | 29,2% | 1,1% | 11,1% | 42,1% | 108 | |
| 1.459 | 26,0% | 66,2% | 7,8% | 7,8% | | 0,0% | 0,6% | 8,6% | 12,6% | 244 | |
| 1.432 | 1,0% | 91,8% | 7,2% | 7,2% | | 0,0% | 0,0% | 505,9% | 85,2% | 22 | |
| 1.400 | 92,1% | 0,0% | 7,9% | 7,9% | | 0,0% | 0,0% | 382,6% | 4,3% | 527 | |
| 1.383 | 17,1% | 71,9% | 11,0% | 11,0% | | 3,1% | 1,4% | 53,5% | 9,4% | 155 | |
| 1.341 | 65,0% | 4,1% | 30,9% | 30,9% | | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 23,7% | 436 | |
| 1.278 | 5,6% | 74,7% | 19,6% | 19,6% | | 0,0% | 0,0% | 26,1% | 84,1% | 66 | |
| 1.274 | 18,1% | 78,8% | 3,1% | 3,1% | | 0,0% | 0,0% | -13,3% | 75,3% | 56 | |
| 1.250 | 3,4% | 84,7% | 11,8% | 11,8% | | 0,0% | 0,0% | 10,4% | 58,0% | 58 | |
| 1.234 | 5,8% | 86,4% | 7,9% | 7,9% | | 0,0% | 4,4% | 155,3% | 82,4% | 62 | |
| 1.206 | 40,6% | 34,8% | 24,5% | 24,5% | | -7,9% | 0,0% | 2,1% | 53,9% | 162 | |
| 1.194 | 22,5% | 59,0% | 18,4% | 18,4% | | 0,0% | -1,3% | 50,7% | 33,9% | 89 | |
| 1.175 | 18,5% | 72,5% | 9,0% | 9,0% | | 3,3% | 0,0% | 14,0% | 12,0% | 254 | |
| 1.158 | 22,5% | 70,1% | 7,4% | 7,4% | | -20,0% | 0,0% | 19,4% | 67,7% | 38 | |
| 1.152 | 4,9% | 87,4% | 7,6% | 7,6% | | 62,9% | 0,8% | -19,3% | 13,8% | 74 | |
| 1.136 | 14,7% | 68,4% | 16,9% | 16,9% | | 0,0% | -1,3% | 46,6% | 9,9% | 343 | |
| 1.133 | 5,8% | 76,9% | 17,3% | 17,3% | | 0,0% | 2,4% | 24,1% | 44,6% | 40 | |
| 1.101 | 9,5% | 80,6% | 9,9% | 9,9% | | 0,0% | -3,5% | 26,7% | 41,3% | 61 | |
| 1.075 | 8,8% | 78,9% | 12,3% | 12,3% | | 0,0% | 0,0% | 17,9% | 61,5% | 58 | |
| 1.039 | 24,3% | 66,5% | 9,2% | 9,2% | | 18,3% | -1,4% | 31,5% | 46,3% | 40 | |
| 958 | 94,8% | 0,0% | 5,2% | 5,2% | | 0,0% | 0,0% | 233,3% | 3,0% | 97 | |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos cántabros

Año 2024

Fuente: Exceltur

CANTABRIA

| Modelo alojativo del destino | | | | | | | Especialización y contribución | | | | |
|------------------------------|----------------------------|-----------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|-----------------|---------------------|
| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social |
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | | |
| 1 | SANTANDER | Cantabria | 15.671 | 33,6% | 15,4% | 51,0% | 11,3% | 0,0% | 44,9% | 15,2% | 4.454 |
| 2 | NOJA | Cantabria | 12.288 | 15,4% | 74,0% | 10,6% | -5,5% | -0,5% | 17,5% | 92,7% | 710 |
| 3 | RIBAMONTAN AL MAR | Cantabria | 7.312 | 10,8% | 61,4% | 27,8% | 2,9% | -5,7% | 51,9% | 64,4% | 478 |
| 4 | ARNUERO | Cantabria | 5.647 | 28,0% | 49,2% | 22,8% | 3,9% | 0,4% | 56,6% | 75,2% | 428 |
| 5 | SANTILLANA DEL MAR | Cantabria | 5.263 | 26,7% | 57,1% | 16,2% | -5,5% | -0,4% | 27,0% | 37,5% | 453 |
| 6 | SUANCES | Cantabria | 4.734 | 33,3% | 24,3% | 42,4% | 1,8% | 0,0% | 43,4% | 47,5% | 666 |
| 7 | SAN VICENTE DE LA BARQUERA | Cantabria | 4.482 | 15,7% | 45,0% | 39,2% | -10,4% | -0,5% | 47,4% | 61,2% | 567 |
| 8 | CASTRO-URDIALES | Cantabria | 4.406 | 14,2% | 48,9% | 36,9% | -1,9% | 1,0% | 37,2% | 38,9% | 1.045 |
| 9 | BAREYO | Cantabria | 4.368 | 3,0% | 79,7% | 17,3% | 18,3% | 0,1% | 51,8% | 69,4% | 177 |
| 10 | LAREDO | Cantabria | 4.233 | 17,9% | 53,6% | 28,5% | 0,0% | 1,2% | 29,1% | 70,8% | 1.118 |
| 11 | VAL DE SAN VICENTE | Cantabria | 3.516 | 17,4% | 53,7% | 28,8% | -1,4% | 12,9% | 24,0% | 58,2% | 287 |
| 12 | CAMALEÑO | Cantabria | 3.411 | 17,9% | 69,3% | 12,8% | -7,3% | 0,4% | 16,9% | 69,3% | 153 |
| 13 | COMILLAS | Cantabria | 2.907 | 20,9% | 39,6% | 39,5% | -1,1% | -1,5% | 57,4% | 70,7% | 328 |
| 14 | PIELAGOS | Cantabria | 2.663 | 19,7% | 28,2% | 52,1% | 0,0% | 7,7% | 20,5% | 12,4% | 265 |
| 15 | VALDALIGA | Cantabria | 2.494 | 1,6% | 69,5% | 28,9% | -62,5% | 0,5% | 7,4% | 49,5% | 111 |
| 16 | ALFOZ DE LLOREDO | Cantabria | 1.686 | 23,0% | 35,2% | 41,8% | -4,2% | -3,4% | 63,3% | 50,2% | 107 |
| 17 | RUILOBA | Cantabria | 1.544 | 2,5% | 66,4% | 31,2% | 0,0% | 2,4% | 17,9% | 74,1% | 46 |
| 18 | SANTA CRUZ DE BEZANA | Cantabria | 1.535 | 17,3% | 41,2% | 41,5% | 0,0% | 0,0% | 45,4% | 11,1% | 164 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos castellano-leoneses

Año 2024

Fuente: Exceltur

CASTILLA
Y LEÓN

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Modelo alojativo del destino | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización y contribución | |
|---------|------------------------|------------|--|------------------------------|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--|
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Contribución social Empleos Turísticos |
| 1 | SALAMANCA | Salamanca | 11.133 | 56,9% | 11,2% | 31,9% | -0,6% | 57,1% | 31,8% | 20,6% | 4.127 |
| 2 | BURGOS | Burgos | 7.456 | 54,3% | 20,4% | 25,3% | 1,8% | 9,6% | 53,2% | 10,2% | 2.695 |
| 3 | LEÓN | León | 6.747 | 55,0% | 6,1% | 39,0% | 1,1% | 31,4% | 36,1% | 13,7% | 2.986 |
| 4 | VALLADOLID | Valladolid | 5.914 | 69,9% | 9,4% | 20,7% | 4,7% | 100,7% | 41,4% | 8,2% | 3.430 |
| 5 | SEGOVIA | Segovia | 4.675 | 57,4% | 23,6% | 19,0% | 1,6% | 10,0% | 50,9% | 14,3% | 1.410 |
| 6 | ÁVILA | Ávila | 4.246 | 69,4% | 7,5% | 23,1% | 1,1% | 51,9% | 34,2% | 12,1% | 1.331 |
| 7 | ABEJAR | Soria | 3.008 | 2,1% | 94,7% | 3,2% | 0,0% | 3,6% | 54,0% | 76,5% | 36 |
| 8 | SORIA | Soria | 2.825 | 56,3% | 15,0% | 28,7% | 21,7% | 32,6% | 45,5% | 18,3% | 999 |
| 9 | ZAMORA | Zamora | 2.796 | 51,7% | 10,2% | 38,1% | 13,7% | 2,9% | 39,9% | 19,1% | 1.398 |
| 10 | PONFERRADA | León | 2.551 | 51,5% | 13,6% | 35,0% | -8,7% | -4,2% | 50,1% | 11,9% | 1.000 |
| 11 | CANDELEDA | Ávila | 2.405 | 12,8% | 42,7% | 44,5% | 4,8% | 5,1% | 36,3% | 47,7% | 271 |
| 12 | PEGUERINOS | Ávila | 2.195 | 0,0% | 98,9% | 1,1% | | 26,7% | -48,9% | 81,7% | 29 |
| 13 | CIUDAD RODRIGO | Salamanca | 1.611 | 49,8% | 29,0% | 21,2% | | -0,6% | 41,3% | 30,5% | 443 |
| 14 | BARRACO | Ávila | 1.516 | 4,4% | 79,9% | 15,6% | 48,9% | 2,4% | 75,9% | 51,3% | 78 |
| 15 | RIAZA | Segovia | 1.495 | 2,9% | 73,6% | 23,5% | 0,0% | -1,1% | 45,6% | 65,0% | 124 |
| 16 | CASAVIEJA | Ávila | 1.395 | 0,9% | 92,5% | 6,5% | -23,5% | 0,6% | 37,9% | 64,1% | 50 |
| 17 | ALBERCA (LA) | Salamanca | 1.359 | 32,7% | 57,1% | 10,2% | | 2,5% | 109,1% | 60,2% | 183 |
| 18 | TORDESILLAS | Valladolid | 1.323 | 42,6% | 44,2% | 13,2% | 3,5% | 0,0% | 16,0% | 24,8% | 358 |
| 19 | VINUESA | Soria | 1.322 | 15,1% | 74,0% | 11,0% | 1,0% | 4,9% | 72,6% | 59,2% | 80 |
| 20 | PALENCIA | Palencia | 1.288 | 82,6% | 2,8% | 14,6% | | 9,5% | 72,5% | 13,4% | 1.142 |
| 21 | AGUILAR DE CAMPOO | Palencia | 1.254 | 26,6% | 63,3% | 10,1% | 21,1% | 2,5% | 58,8% | 23,0% | 205 |
| 22 | SANTA MARTA DE TORMES | Salamanca | 1.251 | 36,9% | 54,8% | 8,2% | -30,6% | 0,0% | 56,1% | 10,7% | 308 |
| 23 | HOYOS DEL ESPINO | Ávila | 1.239 | 11,3% | 82,1% | 6,6% | 0,0% | 0,1% | -13,7% | 67,4% | 56 |
| 24 | QUINTANAR DE LA SIERRA | Burgos | 1.219 | 11,2% | 85,5% | 3,3% | 0,0% | 1,0% | 8,1% | 43,0% | 59 |
| 25 | BOÑAR | León | 1.208 | 7,0% | 87,6% | 5,5% | 0,0% | -1,5% | 22,2% | 51,5% | 74 |
| 26 | NAVARREDONDA DE GREDOS | Ávila | 1.202 | 22,7% | 64,9% | 12,4% | 0,0% | 4,3% | 17,3% | 67,4% | 105 |
| 27 | PUEBLA DE SANABRIA | Zamora | 1.201 | 38,4% | 56,2% | 5,4% | 3,4% | 2,6% | 1,6% | 51,2% | 162 |
| 28 | CANDELARIO | Salamanca | 1.159 | 10,6% | 73,3% | 16,0% | 0,0% | 3,8% | -12,7% | 60,3% | 37 |
| 29 | POLA DE GORDON (LA) | León | 1.128 | 11,7% | 75,4% | 12,9% | 13,8% | 0,8% | 70,6% | 40,8% | 73 |
| 30 | VALENCIA DE DON JUAN | León | 1.041 | 26,7% | 67,2% | 6,1% | 3,0% | 0,0% | 117,2% | 32,4% | 173 |
| 31 | HOSPITAL DE ORBIGO | León | 1.017 | 11,5% | 87,4% | 1,1% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 54,5% | 303 |
| 32 | CARRACEDELO | León | 942 | 13,9% | 82,0% | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 34,5% | 18,1% | 44 |
| 33 | CERVERA DE PISUERGA | Palencia | 913 | 28,4% | 68,6% | 3,1% | 0,0% | -3,2% | -42,9% | 44,9% | 147 |
| 34 | GALENDE | Zamora | 900 | 22,9% | 62,1% | 15,0% | 0,0% | -81,1% | 0,0% | 68,4% | 130 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos castellano-manchegos

Año 2024

Fuente: Exceltur

CASTILLA- LA MANCHA

Modelo alojativo del destino

Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura

Variación plazas 2024 v.s 2022

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización y contribución | |
|---------|----------------------|-------------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--|
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Contribución social Empleos Turísticos |
| 1 | TOLEDO | Toledo | 9.406 | 52,4% | 12,2% | 35,4% | 3,1% | 13,5% | 33,1% | 11,5% | 2.613 |
| 2 | CUENCA | Cuenca | 6.617 | 34,9% | 41,4% | 23,7% | 2,5% | -2,0% | 4,5% | 16,9% | 1.352 |
| 3 | ALBACETE | Albacete | 3.944 | 60,0% | 7,8% | 32,2% | 0,0% | -4,7% | 113,4% | 6,6% | 1.517 |
| 4 | OSSA DE MONTIEL | Albacete | 2.635 | 10,3% | 74,9% | 14,8% | -13,4% | 1,4% | 35,1% | 48,9% | 145 |
| 5 | CIUDAD REAL | Ciudad Real | 2.326 | 71,9% | 10,9% | 17,2% | 4,1% | 65,4% | 63,9% | 10,5% | 1.025 |
| 6 | YESTE | Albacete | 2.306 | 14,9% | 61,1% | 24,0% | -1,4% | -18,9% | 47,1% | 36,7% | 121 |
| 7 | ALMAGRO | Ciudad Real | 1.924 | 31,6% | 34,1% | 34,3% | 0,0% | 13,1% | -3,5% | 12,5% | 240 |
| 8 | GUADALAJARA | Guadalajara | 1.900 | 67,8% | 19,5% | 12,7% | 3,3% | 1,6% | 33,7% | 4,2% | 547 |
| 9 | RIOPAR | Albacete | 1.889 | 12,7% | 47,8% | 39,5% | -6,3% | 9,9% | 49,7% | 60,0% | 114 |
| 10 | ALCALÁ DEL JUCAR | Albacete | 1.728 | 12,1% | 51,0% | 36,9% | 0,0% | 15,4% | 41,6% | 53,7% | 168 |
| 11 | SIGÜENZA | Guadalajara | 1.613 | 35,9% | 29,2% | 34,9% | -4,0% | -1,3% | 28,2% | 51,5% | 346 |
| 12 | NERPIO | Albacete | 1.254 | 7,4% | 86,8% | 5,7% | 0,0% | -0,7% | 554,5% | 57,9% | 69 |
| 13 | TALAVERA DE LA REINA | Toledo | 1.207 | 69,3% | 8,5% | 22,1% | 5,0% | -5,5% | 97,8% | 9,4% | 995 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos canarios

Año 2024

Fuente: Exceltur

ISLAS CANARIAS

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado |
|---------|----------------------------|---------------|--|
| 1 | SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA | Gran Canaria | 90.390 |
| 2 | ADEJE | Tenerife | 72.634 |
| 3 | ARONA | Tenerife | 60.212 |
| 4 | MOGÁN | Gran Canaria | 45.064 |
| 5 | TIAS | Lanzarote | 38.838 |
| 6 | PÁJARA | Fuerteventura | 38.820 |
| 7 | YAIZA | Lanzarote | 36.584 |
| 8 | OLIVA (LA) | Fuerteventura | 31.819 |
| 9 | TEGUISE | Lanzarote | 25.590 |
| 10 | PUERTO DE LA CRUZ | Tenerife | 25.293 |
| 11 | ANTIGUA | Fuerteventura | 18.716 |
| 12 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | Gran Canaria | 17.789 |
| 13 | SANTIAGO DEL TEIDE | Tenerife | 11.866 |
| 14 | SAN MIGUEL | Tenerife | 10.814 |
| 15 | SANTA CRUZ DE TENERIFE | Tenerife | 7.239 |
| 16 | ARRECIFE | Lanzarote | 7.226 |
| 17 | GUIA DE ISORA | Tenerife | 7.163 |
| 18 | GRANADILLA DE ABONA | Tenerife | 6.730 |
| 19 | VALLE GRAN REY | La Gomera | 4.213 |
| 20 | SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA | Tenerife | 3.873 |
| 21 | TINAJO | Lanzarote | 3.631 |
| 22 | TUINEJE | Fuerteventura | 3.535 |
| 23 | LLANOS DE ARIDANE (LOS) | La Palma | 3.505 |
| 24 | BREÑA BAJA | La Palma | 3.460 |
| 25 | CANDELARIA | Tenerife | 2.915 |
| 26 | SAN SEBASTIÁN DE LA GOMERA | La Gomera | 2.895 |
| 27 | REALEJOS (LOS) | Tenerife | 2.442 |
| 28 | FUENCALIENTE DE LA PALMA | La Palma | 2.412 |
| 29 | BARLOVENTO | La Palma | 1.204 |

Modelo alojativo del destino

Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura

Variación plazas 2024 v.s 2022

| % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | |
|-----------|---|---|--------------------------------|---|---|
| | | | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 49,9% | 32,0% | 18,1% | -0,4% | -4,1% | 19,2% |
| 52,7% | 19,4% | 28,0% | 0,4% | -4,7% | 25,9% |
| 36,8% | 33,3% | 29,9% | -0,4% | -4,1% | 25,2% |
| 39,9% | 42,4% | 17,7% | 7,4% | 3,8% | 20,3% |
| 34,5% | 40,1% | 25,4% | -5,0% | -5,7% | 22,4% |
| 77,1% | 10,4% | 12,5% | -1,8% | -0,2% | 17,1% |
| 49,9% | 13,9% | 36,2% | 1,7% | 0,1% | 24,8% |
| 35,1% | 10,5% | 54,4% | 2,7% | -9,0% | 25,1% |
| 35,1% | 34,3% | 30,6% | 0,0% | 1,4% | 21,6% |
| 64,3% | 20,3% | 15,4% | 1,8% | -1,2% | 39,2% |
| 49,6% | 22,6% | 27,8% | 7,0% | -8,2% | 11,2% |
| 37,3% | 7,3% | 55,3% | -1,6% | -3,6% | 27,0% |
| 37,8% | 26,0% | 36,1% | 0,0% | 0,0% | 27,1% |
| 44,9% | 12,7% | 42,4% | 0,0% | -40,9% | 49,8% |
| 45,5% | 1,1% | 53,4% | 6,1% | 22,2% | 26,8% |
| 18,4% | 48,9% | 32,7% | -0,5% | 0,0% | 47,5% |
| 52,8% | 6,4% | 40,8% | 0,0% | -1,7% | 28,8% |
| 13,3% | 1,9% | 84,9% | 0,0% | -71,1% | 28,0% |
| 10,2% | 57,7% | 32,2% | 0,0% | 1,3% | 10,2% |
| 18,7% | 9,7% | 71,5% | -3,6% | -0,8% | 22,1% |
| 0,0% | 61,9% | 38,1% | 0,0% | 28,2% | 35,3% |
| 53,0% | 0,0% | 47,0% | 0,0% | 0,0% | 27,5% |
| 34,5% | 15,1% | 50,4% | 0,0% | -21,7% | 38,4% |
| 40,8% | 43,3% | 15,9% | 0,0% | 4,0% | 5,0% |
| 43,4% | 0,3% | 56,3% | 0,0% | 0,0% | 38,7% |
| 62,1% | 14,6% | 23,2% | 39,3% | -4,5% | 2,7% |
| 39,3% | 13,8% | 46,9% | 0,0% | 0,0% | 17,7% |
| 78,6% | 5,9% | 15,5% | 0,0% | -15,5% | 11,6% |
| 6,6% | 86,5% | 6,8% | 0,0% | 0,0% | 32,2% |

Especialización y contribución

Especialización Contribución social

| % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
|---------------------------------------|--------------------|
| 63,6% | 23.540 |
| 58,0% | 21.137 |
| 47,8% | 12.433 |
| 72,0% | 8.655 |
| 74,2% | 7.212 |
| 59,6% | 10.000 |
| 62,7% | 7.009 |
| 45,1% | 4.113 |
| 54,8% | 4.979 |
| 54,8% | 7.091 |
| 55,1% | 2.192 |
| 9,3% | 9.198 |
| 65,5% | 2.121 |
| 45,8% | 2.755 |
| 7,8% | 5.080 |
| 8,6% | 1.298 |
| 49,5% | 2.586 |
| 22,7% | 1.511 |
| 55,6% | 542 |
| 9,8% | 2.492 |
| 33,8% | 671 |
| 29,4% | 782 |
| 20,5% | 459 |
| 38,4% | 472 |
| 25,4% | 931 |
| 36,4% | 869 |
| 19,1% | 642 |
| 53,5% | 306 |
| 49,9% | 63 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos valencianos

Año 2024

Fuente: Exceltur

COMUNIDAD VALENCIANA

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Modelo alojativo del destino | | | | | | Especialización y contribución | |
|---------|------------------------|-----------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|---------------------|
| | | | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social |
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | BENIDORM | Alicante | 96.980 | 49,4% | 35,2% | 15,4% | 2,6% | -0,8% | 21,6% | 64,6% | 17.407 |
| 2 | VALENCIA | Valencia | 60.947 | 34,3% | 13,4% | 52,3% | 3,3% | 11,0% | 56,4% | 13,4% | 19.865 |
| 3 | CALPE/CALP | Alicante | 39.472 | 12,4% | 40,1% | 47,5% | 7,1% | 2,1% | 17,6% | 66,4% | 2.883 |
| 4 | TORREVIEJA | Alicante | 37.514 | 5,3% | 26,7% | 67,9% | -2,6% | 52,4% | 46,9% | 65,0% | 6.354 |
| 5 | ALICANTE/ALACANT | Alicante | 34.942 | 28,0% | 18,5% | 53,5% | 8,3% | 16,9% | 35,7% | 20,3% | 12.808 |
| 6 | DENIA | Alicante | 34.171 | 7,1% | 29,4% | 63,5% | -1,0% | 9,0% | 23,2% | 49,5% | 4.491 |
| 7 | PEÑISCOLA | Castellón | 33.491 | 29,3% | 39,1% | 31,6% | 0,5% | 17,9% | 22,3% | 82,1% | 2.204 |
| 8 | JAVEA - XABIA | Alicante | 32.171 | 3,9% | 29,3% | 66,8% | 4,5% | -2,0% | 29,2% | 55,3% | 2.309 |
| 9 | ORPESA/OROPESA DEL MAR | Castellón | 27.384 | 12,7% | 53,3% | 34,0% | -18,2% | -6,7% | 63,1% | 75,6% | 1.500 |
| 10 | GANDIA | Valencia | 23.744 | 28,6% | 31,7% | 39,7% | 0,3% | 2,9% | 54,6% | 46,3% | 4.179 |
| 11 | ORIHUELA | Alicante | 22.036 | 4,4% | 21,8% | 73,8% | 1,3% | 4,9% | 27,0% | 54,1% | 5.112 |
| 12 | SANTA POLA | Alicante | 16.295 | 3,7% | 29,0% | 67,2% | -2,2% | -5,1% | 54,6% | 64,6% | 2.205 |
| 13 | ALCALA DE XIVERT | Castellón | 16.272 | 13,8% | 52,7% | 33,5% | -0,5% | 2,1% | 20,6% | 72,3% | 913 |
| 14 | OLIVA | Valencia | 13.426 | 4,3% | 50,8% | 44,9% | 2,1% | 0,1% | 47,1% | 47,0% | 1.541 |
| 15 | TEULADA | Alicante | 13.121 | 3,8% | 21,6% | 74,6% | 46,3% | -17,1% | 24,1% | 61,1% | 1.286 |
| 16 | CAMPELLO (EL) | Alicante | 12.867 | 7,7% | 30,7% | 61,6% | 78,0% | -3,6% | 25,2% | 55,7% | 1.663 |
| 17 | ALFAS DEL PI, L' | Alicante | 12.175 | 19,1% | 54,5% | 26,4% | -4,0% | 2,5% | 32,8% | 39,9% | 1.686 |
| 18 | ALTEA | Alicante | 11.282 | 15,2% | 20,2% | 64,5% | 3,6% | -3,6% | 14,3% | 41,2% | 1.880 |
| 19 | BENICASSIM - BENICASIM | Castellón | 10.855 | 27,6% | 41,3% | 31,1% | -2,3% | -6,0% | 48,5% | 62,6% | 1.592 |
| 20 | CULLERA | Valencia | 10.280 | 13,4% | 30,5% | 56,1% | 1,4% | 13,3% | 40,3% | 66,9% | 1.630 |
| 21 | ELCHE/ELX | Alicante | 10.024 | 18,1% | 37,9% | 44,0% | 3,8% | 3,3% | 25,0% | 14,2% | 4.375 |
| 22 | BENISSA | Alicante | 9.461 | 2,0% | 20,1% | 78,0% | 0,0% | -0,9% | 14,9% | 37,5% | 526 |
| 23 | FINESTRAT | Alicante | 9.097 | 8,2% | 60,7% | 31,1% | 29,7% | 7,0% | 53,4% | 53,6% | 1.379 |
| 24 | VILLAJOSYA/VILA JOIOSA | Alicante | 8.620 | 11,8% | 31,8% | 56,5% | 15,2% | 14,0% | 34,2% | 35,4% | 1.095 |
| 25 | GUARDAMAR DEL SEGURA | Alicante | 7.119 | 29,2% | 28,4% | 42,4% | 1,0% | -4,4% | 15,5% | 64,7% | 1.237 |
| 26 | CASTELLÓN DE LA PLANA | Castellón | 6.641 | 38,8% | 20,0% | 41,2% | 0,6% | -3,1% | 65,8% | 10,8% | 2.951 |
| 27 | VINAROS | Castellón | 6.111 | 12,7% | 34,3% | 53,0% | -2,8% | -5,0% | 37,7% | 32,0% | 1.256 |
| 28 | SUECA | Valencia | 5.969 | 1,0% | 72,3% | 26,6% | 0,0% | 0,0% | 94,4% | 53,7% | 962 |
| 29 | SAGUNTO/SAGUNT | Valencia | 5.511 | 16,4% | 22,9% | 60,6% | 0,0% | 17,3% | 61,8% | 18,5% | 1.105 |
| 30 | CABANES | Castellón | 5.236 | 1,0% | 81,7% | 17,3% | 0,0% | -0,9% | 228,6% | 54,7% | 315 |
| 31 | CREVILLEN | Alicante | 4.922 | 2,2% | 93,4% | 4,4% | 11,3% | 0,0% | 29,0% | 23,0% | 504 |
| 32 | PILAR DE LA HORADADA | Alicante | 4.674 | 2,5% | 31,1% | 66,4% | 0,0% | -14,1% | 39,4% | 50,4% | 1.062 |
| 33 | BENICARLO | Castellón | 3.727 | 11,5% | 50,5% | 38,0% | -2,1% | 8,9% | 33,7% | 21,2% | 612 |
| 34 | ALBORAYA | Valencia | 2.956 | 30,4% | 18,5% | 51,1% | 0,0% | 6,8% | 36,7% | 20,4% | 826 |
| 35 | MONCOFA | Castellón | 2.849 | 0,4% | 52,7% | 46,9% | 0,0% | 22,9% | 87,3% | 67,0% | 381 |
| 36 | PUÇOL | Valencia | 2.737 | 3,3% | 83,2% | 13,5% | 0,0% | 29,2% | 29,4% | 10,2% | 235 |
| 37 | XERACO | Valencia | 2.607 | 0,0% | 52,2% | 47,8% | 0,0% | 0,0% | 14,4% | 66,4% | 227 |
| 38 | POBLETS,ELS | Alicante | 2.477 | 3,4% | 36,3% | 60,3% | 7,8% | 3,0% | 3,9% | 58,5% | 92 |
| 39 | NUCIA (LA) | Alicante | 2.360 | 30,5% | 39,9% | 29,6% | -10,0% | -2,4% | -9,3% | 22,0% | 618 |
| 40 | SAN JORGE/SANT JORDI | Castellón | 2.305 | 0,0% | 49,5% | 50,5% | 0,0% | 0,2% | 53,1% | 73,7% | 41 |
| 41 | PATERNA | Valencia | 2.208 | 63,7% | 7,3% | 29,0% | -3,8% | 1,3% | 29,4% | 9,9% | 1.133 |
| 42 | MIRAMAR | Valencia | 2.165 | 10,0% | 67,2% | 22,8% | 0,0% | -4,7% | 58,8% | 74,8% | 137 |
| 43 | DAIMUS | Valencia | 2.081 | 0,0% | 67,5% | 32,5% | 0,0% | 0,1% | 62,5% | 79,1% | 251 |
| 44 | SAN MIGUEL DE SALINAS | Alicante | 1.837 | 0,7% | 45,7% | 53,7% | 0,0% | -6,0% | 29,4% | 47,6% | 185 |
| 45 | TORREBLANCA | Castellón | 1.818 | 11,0% | 61,7% | 27,3% | 10,5% | 0,0% | 55,5% | 53,3% | 234 |
| 46 | ENGUERA | Valencia | 1.550 | 2,5% | 89,6% | 7,9% | 0,0% | 6,4% | 10,8% | 32,7% | 95 |
| 47 | ESTIVELLA | Valencia | 1.381 | 0,0% | 95,1% | 4,9% | 0,0% | 0,0% | 47,8% | 57,5% | 69 |
| 48 | BOCAIRENT | Valencia | 1.226 | 9,4% | 76,2% | 14,4% | -5,0% | 2,2% | -26,6% | 23,3% | 123 |
| 49 | BENASAL | Castellón | 1.224 | 40,1% | 56,7% | 3,2% | 0,0% | 0,4% | 2,6% | 65,3% | 42 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos extremeños

Año 2024

Fuente: Exceltur

EXTREMADURA

| Modelo alojativo del destino | | | | | | | Especialización y contribución | | | | |
|---|-------------------------|-----------|--|--------------------------------|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | | | |
| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | CÁCERES | Cáceres | 5.932 | 44,7% | 36,3% | 19,0% | 6,1% | 14,9% | 16,0% | 15,1% | 2.017 |
| 2 | MÉRIDA | Badajoz | 4.697 | 46,8% | 30,0% | 23,2% | 4,5% | 21,1% | 21,3% | 13,1% | 1.394 |
| 3 | BADAJOS | Badajoz | 2.668 | 80,2% | 9,6% | 10,3% | 3,7% | 157,6% | 117,5% | 8,6% | 1.622 |
| 4 | PLASENCIA | Cáceres | 2.079 | 41,0% | 39,7% | 19,3% | 3,4% | 20,1% | 40,6% | 11,5% | 711 |
| 5 | JARANDILLA DE LA VERA | Cáceres | 2.075 | 9,9% | 79,3% | 10,7% | 0,0% | 7,3% | 6,2% | 37,6% | 202 |
| 6 | HERVAS | Cáceres | 1.840 | 12,7% | 67,0% | 20,3% | 0,0% | 4,5% | 19,2% | 41,3% | 203 |
| 7 | TRUJILLO | Cáceres | 1.802 | 54,7% | 27,6% | 17,7% | -3,1% | 41,5% | 68,8% | 19,6% | 349 |
| 8 | LOSAR DE LA VERA | Cáceres | 1.801 | 7,1% | 88,9% | 4,0% | 0,0% | -0,1% | 75,6% | 44,2% | 79 |
| 9 | GUADALUPE | Cáceres | 1.161 | 36,1% | 52,4% | 11,5% | 0,0% | 9,9% | 106,2% | 45,7% | 174 |
| 10 | BAÑOS | Cáceres | 1.142 | 32,7% | 65,0% | 2,4% | -2,6% | 4,8% | -12,9% | 53,9% | 93 |
| 11 | JERTE | Cáceres | 1.134 | 13,0% | 76,8% | 10,2% | 0,0% | 2,4% | 127,5% | 43,6% | 71 |
| 12 | MALPARTIDA DE PLASENCIA | Cáceres | 1.005 | 14,2% | 74,2% | 11,5% | 0,0% | -1,5% | 7,4% | 15,9% | 121 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos gallegos

Año 2024

Fuente: Exceltur

GALICIA

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Modelo alojativo del destino | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización y contribución | |
|---------|------------------------|------------|--|------------------------------|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--|
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Contribución social Empleos Turísticos |
| 1 | SANXENXO | Pontevedra | 26.551 | 35,6% | 32,5% | 31,9% | -0,2% | 4,1% | 20,9% | 68,7% | 2.672 |
| 2 | VIGO | Pontevedra | 13.835 | 39,6% | 10,6% | 49,8% | 10,6% | -5,7% | 75,6% | 10,6% | 4.624 |
| 3 | SANTIAGO DE COMPOSTELA | Coruña, A | 13.517 | 60,2% | 16,9% | 22,9% | -0,1% | 7,4% | 7,7% | 24,6% | 5.050 |
| 4 | GROVE (O) | Pontevedra | 10.482 | 32,4% | 36,1% | 31,5% | 0,9% | 3,6% | 28,9% | 46,1% | 963 |
| 5 | CORUÑA (A) | Coruña, A | 10.314 | 52,8% | 3,7% | 43,5% | 0,2% | 7,1% | 44,5% | 10,1% | 4.263 |
| 6 | CANGAS | Pontevedra | 4.599 | 11,6% | 36,6% | 51,8% | 7,7% | 1,3% | 27,1% | 19,6% | 493 |
| 7 | BAIONA | Pontevedra | 4.556 | 17,3% | 45,0% | 37,7% | 0,8% | 1,0% | 50,3% | 45,7% | 645 |
| 8 | POIO | Pontevedra | 4.098 | 31,6% | 12,9% | 55,5% | 7,3% | 0,4% | 27,5% | 22,2% | 1.004 |
| 9 | RIBEIRA | Coruña, A | 3.925 | 9,0% | 40,8% | 50,2% | 0,0% | -0,4% | 45,8% | 22,7% | 644 |
| 10 | VIVEIRO | Lugo | 3.918 | 23,5% | 27,0% | 49,5% | -1,6% | 3,3% | 39,5% | 30,0% | 518 |
| 11 | LUGO | Lugo | 3.804 | 54,3% | 16,0% | 29,8% | 8,3% | 27,7% | 16,2% | 17,5% | 2.443 |
| 12 | FOZ | Lugo | 3.750 | 14,0% | 27,7% | 58,3% | 22,3% | 18,1% | 45,5% | 43,3% | 428 |
| 13 | NIGRAN | Pontevedra | 3.641 | 14,3% | 45,1% | 40,6% | -0,6% | 1,3% | 51,1% | 34,1% | 523 |
| 14 | VILANOVA DE AROUSA | Pontevedra | 3.563 | 24,4% | 37,5% | 38,1% | 3,6% | 3,6% | 48,9% | 27,2% | 258 |
| 15 | PONTEVEDRA | Pontevedra | 3.417 | 40,0% | 1,5% | 58,5% | 2,4% | 66,7% | 26,0% | 6,5% | 979 |
| 16 | BARREIROS | Lugo | 3.409 | 10,2% | 44,3% | 45,5% | 8,1% | 19,4% | 37,3% | 72,8% | 245 |
| 17 | RIBADEO | Lugo | 3.242 | 32,2% | 29,3% | 38,5% | 1,5% | 19,6% | 21,6% | 28,2% | 456 |
| 18 | OURENSE | Ourense | 3.212 | 42,3% | 5,4% | 52,2% | 1,0% | 173,4% | 55,1% | 18,8% | 2.208 |
| 19 | PORTO DO SON | Coruña, A | 3.147 | 4,6% | 55,8% | 39,6% | 0,0% | 1,2% | 16,8% | 38,3% | 205 |
| 20 | VILAGARCIA DE AROUSA | Pontevedra | 3.139 | 16,0% | 14,5% | 69,6% | -2,5% | 0,0% | 42,6% | 11,1% | 431 |
| 21 | FERROL | Coruña, A | 2.929 | 39,5% | 11,0% | 49,5% | 6,1% | 0,0% | 95,6% | 11,2% | 813 |
| 22 | GUARDA (A) | Pontevedra | 2.801 | 21,0% | 46,0% | 33,0% | 9,9% | 0,0% | 35,1% | 21,8% | 225 |
| 23 | MUROS | Coruña, A | 2.714 | 17,2% | 36,3% | 46,4% | 3,3% | 0,0% | 40,5% | 30,4% | 161 |
| 24 | MUXIA | Coruña, A | 2.598 | 17,7% | 44,1% | 38,1% | 11,9% | 16,0% | 16,9% | 36,2% | 169 |
| 25 | OLEIROS | Coruña, A | 2.527 | 35,3% | 35,0% | 29,7% | 0,0% | 1,4% | 0,9% | 15,8% | 892 |
| 26 | CAMBADOS | Pontevedra | 2.517 | 37,3% | 8,0% | 54,7% | 2,1% | 2,0% | 36,3% | 11,6% | 257 |
| 27 | OIA | Pontevedra | 2.010 | 17,1% | 59,6% | 23,4% | -9,5% | 0,0% | 73,4% | 41,9% | 146 |
| 28 | VALDOVIÑO | Coruña, A | 2.001 | 5,8% | 51,7% | 42,5% | 20,6% | 1,4% | 34,7% | 41,1% | 202 |
| 29 | CEE | Coruña, A | 1.973 | 19,2% | 45,3% | 35,5% | 6,8% | 1,0% | 44,6% | 24,4% | 226 |
| 30 | A POBRA DO CARAMIÑAL | Coruña, A | 1.959 | 7,4% | 54,6% | 38,0% | 11,5% | 3,5% | 96,8% | 18,3% | 127 |
| 31 | CARBALLO | Coruña, A | 1.949 | 21,6% | 43,7% | 34,7% | 16,6% | 0,9% | 19,8% | 12,2% | 419 |
| 32 | ARZUA | Coruña, A | 1.877 | 35,4% | 25,2% | 39,4% | 19,8% | 0,6% | 20,8% | 29,1% | 269 |
| 33 | SARRIA | Lugo | 1.793 | 40,9% | 27,9% | 31,2% | 6,8% | 7,5% | 12,7% | 19,7% | 384 |
| 34 | BERGONDO | Coruña, A | 1.413 | 17,3% | 64,9% | 17,8% | 0,0% | 0,0% | 14,6% | 30,9% | 385 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos madrileños

Año 2024

Fuente: Exceltur

COMUNIDAD DE MADRID

| Ranking | Destino | Provincia | Modelo alojativo del destino | | | Especialización y contribución | | | | | |
|---------|----------------------------|-----------|--|-----------|---|---|---------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| | | | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | MADRID | Madrid | 176.702 | 54,3% | 7,4% | 38,2% | 2,2% | 6,7% | 48,8% | 7,0% | 86.246 |
| 2 | ESCORIAL (EL) | Madrid | 4.805 | 0,4% | 95,6% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 50,4% | 41,0% | 411 |
| 3 | ALCALÁ DE HENARES | Madrid | 3.756 | 71,3% | 4,7% | 24,0% | -1,1% | 0,0% | 41,8% | 2,6% | 824 |
| 4 | ALCOBENDAS | Madrid | 3.356 | 88,7% | 0,0% | 11,3% | 34,1% | 0,0% | 33,5% | 2,8% | 2.246 |
| 5 | GETAFE | Madrid | 3.279 | 63,2% | 26,7% | 10,1% | 1,7% | 0,0% | 76,1% | 3,6% | 653 |
| 6 | ARANJUEZ | Madrid | 2.868 | 41,4% | 44,2% | 14,4% | -6,5% | -11,6% | 38,6% | 4,8% | 345 |
| 7 | SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES | Madrid | 2.198 | 58,6% | 18,2% | 23,2% | 0,1% | 0,0% | 61,9% | 4,3% | 766 |
| 8 | FUENLABRADA | Madrid | 2.050 | 95,5% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 124,4% | 1,5% | 358 |
| 9 | VALDEMAQUEDA | Madrid | 2.033 | 0,0% | 99,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | -41,7% | 75,6% | 33 |
| 10 | TORREJON DE ARDOZ | Madrid | 1.891 | 80,6% | 3,0% | 16,4% | -8,6% | 0,0% | 168,1% | 2,0% | 399 |
| 11 | ROZAS DE MADRID (LAS) | Madrid | 1.826 | 72,8% | 11,4% | 15,8% | 21,9% | 0,0% | 59,1% | 5,7% | 980 |
| 12 | CABRERA (LA) | Madrid | 1.679 | 11,0% | 84,6% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | -20,2% | 47,1% | 157 |
| 13 | ALCORCÓN | Madrid | 1.545 | 83,4% | 1,6% | 15,0% | 0,0% | 0,0% | 162,5% | 2,4% | 654 |
| 14 | GARGANTILLA DEL LOZOYA | Madrid | 1.542 | 2,9% | 94,6% | 2,5% | 0,0% | 0,1% | 30,0% | 86,8% | 53 |
| 15 | PINTO | Madrid | 1.415 | 77,2% | 13,7% | 9,1% | 5,7% | 27,6% | 87,0% | 5,6% | 472 |
| 16 | ARGANDA DEL REY | Madrid | 1.340 | 29,7% | 63,9% | 6,4% | 0,0% | 0,0% | 258,3% | 3,2% | 255 |
| 17 | VILLAVICIOSA DE ODON | Madrid | 1.259 | 22,9% | 60,4% | 16,8% | 0,0% | 0,0% | -10,6% | 12,7% | 420 |
| 18 | NAVALAFUENTE | Madrid | 1.055 | 1,6% | 94,2% | 4,2% | 0,0% | 1,8% | -34,3% | 55,0% | 30 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos murcianos

Año 2024

Fuente: Exceltur

REGIÓN DE MURCIA

| Modelo alojativo del destino | | | | | | | | | | | Especialización y contribución | |
|---|-----------------------|-----------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------|
| Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | | | | | | | | | Especialización | Contribución social |
| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos | |
| | | | | % Hoteles | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | | | |
| 1 | CARTAGENA | Murcia | 27.279 | 23,8% | 40,5% | 35,6% | -13,9% | 0,4% | 22,3% | 27,4% | 6.157 | |
| 2 | SAN JAVIER | Murcia | 14.641 | 18,8% | 30,0% | 51,3% | 109,3% | 6,5% | 45,9% | 61,6% | 2.355 | |
| 3 | MURCIA | Murcia | 10.802 | 46,5% | 7,7% | 45,9% | 1,6% | 2,9% | 42,2% | 7,4% | 4.669 | |
| 4 | MAZARRON | Murcia | 8.416 | 12,3% | 45,8% | 41,9% | 0,0% | 19,1% | 40,2% | 41,7% | 1.343 | |
| 5 | ALCAZARES (LOS) | Murcia | 5.716 | 20,9% | 31,4% | 47,7% | 0,0% | 1,6% | 29,8% | 63,5% | 1.337 | |
| 6 | TORRE-PACHECO | Murcia | 5.276 | 11,3% | 19,4% | 69,3% | 0,0% | 5,3% | 33,2% | 15,2% | 573 | |
| 7 | AGUILAS | Murcia | 4.767 | 18,2% | 20,2% | 61,6% | 0,0% | 9,8% | 49,2% | 22,5% | 967 | |
| 8 | SAN PEDRO DEL PINATAR | Murcia | 4.231 | 30,3% | 10,0% | 59,6% | -0,1% | -0,9% | 61,9% | 43,4% | 1.077 | |
| 9 | MORATALLA | Murcia | 2.801 | 6,8% | 68,3% | 24,9% | 0,0% | 4,8% | 83,9% | 37,8% | 217 | |
| 10 | FORTUNA | Murcia | 1.626 | 28,3% | 51,8% | 19,9% | 0,0% | 5,1% | 81,5% | 20,7% | 223 | |
| 11 | TOTANA | Murcia | 1.128 | 35,5% | 56,6% | 7,9% | 1,0% | -0,9% | 93,5% | 15,4% | 720 | |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos vascos

Año 2024

Fuente: Exceltur

PAÍS VASCO

Modelo alojativo del destino

Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura

Variación plazas 2024 v.s 2022

| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | |
|---------|------------------------|-------------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas |
| 1 | DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN | Gipuzkoa | 19.060 | 48,9% | 18,6% | 32,5% | 18,9% | 7,2% | 10,8% |
| 2 | BILBAO | Bizkaia | 17.066 | 59,4% | 11,6% | 29,0% | 4,0% | 66,7% | 48,6% |
| 3 | VITORIA-GASTEIZ | Araba/Álava | 5.648 | 72,8% | 14,4% | 12,9% | 24,3% | 0,2% | 36,4% |
| 4 | ZARAUTZ | Gipuzkoa | 4.307 | 11,6% | 65,4% | 23,0% | 17,4% | 1,5% | 30,1% |
| 5 | HONDARRIBIA | Gipuzkoa | 2.175 | 21,2% | 42,6% | 36,2% | 2,4% | -1,3% | -5,9% |
| 6 | MUTRIKU | Gipuzkoa | 1.889 | 2,3% | 88,0% | 9,7% | 41,9% | 0,7% | 41,9% |
| 7 | IRUN | Gipuzkoa | 1.303 | 67,8% | 3,5% | 28,6% | 1,4% | 4,5% | 74,3% |
| 8 | BARAKALDO | Bizkaia | 1.272 | 76,3% | 0,0% | 23,7% | 1,5% | | 78,1% |
| 9 | ORIO | Gipuzkoa | 1.262 | 12,8% | 68,5% | 18,8% | -1,2% | -1,6% | 2,6% |
| 10 | OIARTZUN | Gipuzkoa | 1.162 | 35,8% | 53,8% | 10,4% | -2,8% | 2,0% | 4,3% |
| 11 | MENDEXA | Bizkaia | 1.014 | 8,6% | 86,9% | 4,5% | 10,1% | 0,0% | 70,4% |
| 12 | VALDEGOVIA | Araba/Álava | 1.008 | 0,0% | 94,9% | 5,1% | | 0,0% | -12,1% |

Especialización y contribución

Especialización

Contribución social

| % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
|---------------------------------------|--------------------|
| 10,2% | 5.057 |
| 4,7% | 4.927 |
| 6,2% | 1.913 |
| 26,9% | 602 |
| 17,9% | 534 |
| 22,0% | 72 |
| 3,6% | 428 |
| 1,9% | 249 |
| 15,9% | 120 |
| 6,7% | 268 |
| 63,2% | 36 |
| 71,1% | 71 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos navarros

Año 2024

Fuente: Exceltur

NAVARRA

| Modelo alojativo del destino | | | | | | | Especialización y contribución | | | | |
|------------------------------|---------------------|-----------|--|---|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|---------------------|
| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social |
| | | | | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | PAMPLONA/IRUÑA | Navarra | 8.661 | 41,5% | 21,0% | 37,5% | 1,2% | 43,1% | 57,3% | 6,3% | 2.436 |
| 2 | BAZTAN (VALLE DE) | Navarra | 2.668 | 18,1% | 70,4% | 11,5% | 3,2% | 8,8% | 21,4% | 19,1% | 174 |
| 3 | TUDELA | Navarra | 1.752 | 44,2% | 28,3% | 27,5% | 5,7% | 54,5% | 27,5% | 4,0% | 316 |
| 4 | ERRO (VALLE DE) | Navarra | 1.705 | 3,0% | 94,0% | 3,0% | 36,8% | 1,5% | 41,7% | 62,9% | 80 |
| 5 | ESTELLA-LIZARRA | Navarra | 1.668 | 14,3% | 72,2% | 13,5% | -16,4% | 2,0% | 19,7% | 11,7% | 170 |
| 6 | MENDAZA | Navarra | 1.453 | 0,0% | 99,1% | 0,9% | | 9,3% | 160,0% | 76,4% | 24 |
| 7 | MENDIGORRIA | Navarra | 1.382 | 0,0% | 99,6% | 0,4% | | 0,0% | | 40,5% | 34 |
| 8 | OLITE | Navarra | 1.290 | 21,8% | 63,6% | 14,7% | -5,4% | 2,1% | 60,2% | 27,8% | 153 |
| 9 | GUESALAZ (VALLE DE) | Navarra | 1.285 | 0,0% | 99,1% | 0,9% | | 1,0% | -40,0% | 74,6% | 26 |
| 10 | AYEGUI | Navarra | 1.084 | 3,5% | 93,5% | 3,0% | 35,7% | 0,2% | -23,8% | 37,8% | 71 |
| 11 | ISABA/IZABA | Navarra | 833 | 25,2% | 70,5% | 4,3% | 0,0% | -20,0% | 200,0% | 69,2% | 76 |

3. Posicionamiento de los municipios por CCAA

Ranking principales destinos riojanos

Año 2024

Fuente: Exceltur

LA RIOJA

| | | Modelo alojativo del destino | | | | | Especialización y contribución | | | | |
|---------|---------------------|---|--|-----------|---|---|--------------------------------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| | | Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura | | | Variación plazas 2024 v.s 2022 | | | Especialización | Contribución social | | |
| Ranking | Destino | Provincia | Plazas de Alojamiento Turístico de Mercado | % Hoteles | % Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | % Viviendas de Uso Turístico en plataformas | Hoteles | Apartamentos por llaves, Campings y Turismo Rural | Viviendas de Uso Turístico en Plataformas | % Presencia del Turismo en el Destino | Empleos Turísticos |
| 1 | LOGROÑO | Rioja, La | 6.690 | 44,8% | 15,6% | 39,7% | 8,1% | 30,6% | 30,8% | 7,8% | 1.761 |
| 2 | BAÑARES | Rioja, La | 2.808 | 0,0% | 100,0% | 0,0% | | 0,0% | -100,0% | 87,7% | 101 |
| 3 | HARO | Rioja, La | 2.262 | 22,7% | 52,4% | 24,9% | 0,0% | 7,8% | 24,0% | 27,4% | 312 |
| 4 | CASTAÑARES DE RIOJA | Rioja, La | 1.289 | 5,3% | 92,2% | 2,5% | 6,3% | -38,3% | 128,6% | 83,9% | 37 |

Alcance y definiciones

- El Atlas de la contribución municipal del turismo en España contiene información de los **500 municipios españoles con mayor número de plazas de alojamiento turístico reglado de mercado actualizada para el año 2024**. En la presente edición, además de la información relativa a las características más importantes de su oferta turística, sus implicaciones sobre los distintos niveles de contribución social del turismo, en términos de empleo, así como la relevancia de su tejido económico y social, se incorporan indicadores de evolución de la oferta para identificar el modelo de desarrollo turístico hacia el que se está transitando en los diferentes territorios de la geografía española.
- En concreto, el Atlas presenta los datos para cada uno de estos 500 municipios referidos a:
 - **La información actualizada a 2024 de la dimensión de la oferta alojativa turística localizada en cada municipio comercializada en los mercados** (hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico) que, en gran parte, marca la capacidad de acogida y afluencia turística a nivel local y la realidad del clúster de actividades turísticas que dependen de la ocupación de dicha oferta.
 - A su vez, el Atlas incorpora, como indicador intermedio para estimar la población flotante turística, una **aproximación de las plazas existentes en segundas residencias** que se utilizan en temporada como alojamiento turístico por sus propietarios, familiares y/o amigos, de forma gratuita y que en muchos destinos del litoral y algunas ciudades suponen un elemento clave de su oferta turística alojativa y, por tanto, de su capacidad de acogida de turistas. Se trata de una información actualizada con la información del último Censo de Viviendas de 2021 y con información del Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana hasta el año 2024. La información del Censo de Viviendas de 2021 evidencia un incremento del 13,6% de viviendas no principales, dentro de las cuáles se encuentran las segundas residencias, respecto a los niveles del Censo de Viviendas de 2011 y la estimación inicial del Ministerio, ganando este tipo de alojamiento turístico presencia respecto a la primera edición del Atlas en la mayoría de sus municipios.
 - **La evolución de la oferta alojativa en los dos últimos años, caracterizado por un crecimiento descontrolado de las plazas en viviendas de uso turístico**, en muchas ocasiones fuera de las normativas que ya las regulan, con una notable incidencia sobre el aumento de la presión turística y la percepción social sobre el turismo en las zonas de mayor atractivo turístico. En concreto, el aumento de las VUTs en los 100 principales destinos del Atlas entre 2022 y 2024 se elevó al 23,4% (202 mil plazas adicionales), que supone el 86,3% de todo el crecimiento de las plazas de alojamiento de mercado en estos destinos.
 - **La relevancia del turismo en el desempeño económico y social de cada municipio, a través del indicador "Especialización turística territorial"**. Este índice compara el número medio anual de turistas con la población media del municipio (la suma de residentes y visitantes). Se trata de un indicador que persigue aproximar la incidencia relativa que representa el turismo en el entramado económico y social de cada municipio en España. Es relevante destacar que la relevancia del turismo así calculada no refleja necesariamente el tamaño absoluto del sector turístico en cada municipio. Un buen ejemplo de ello es la ciudad de Madrid que, con una especialización turística territorial relativa del turismo del 7,0%, es el municipio que más plazas turísticas tiene y más empleo turístico genera de la geografía española.
 - **El volumen de empleos directos generados por el turismo**. Esta información se calcula a partir de los datos de afiliados a nivel municipal de la Seguridad Social a 99 ramas de actividad. Para ello, se seleccionan las ramas de actividad consideradas características del turismo, descritas en la Cuenta Satélite del Turismo del INE. Para aquellas ramas en las que interviene tanto el consumo de los residentes como el de los turistas (ej. restauración), se aplica un ajuste por la ratio de la relevancia del turismo, aproximado con el índice explicado en el apartado anterior.

Este indicador permite estimar el empleo directamente vinculado a la actividad turística en cada localidad. Sin embargo, es importante destacar que no recoge el empleo indirecto e inducido que depende también del turismo, pero que se encuentra en otras ramas no directamente vinculadas al sector. Por ello, aunque ofrece una visión clara del empleo turístico directo, infraestima la dimensión de la contribución de la actividad turística en la creación de empleo en el municipio.

Pautas de interpretación de resultados

Es pertinente recordar la variedad y complejidad que caracteriza la realidad municipal española y que es relevante a la hora de interpretar los datos del presente documento. Los diferentes factores territoriales, económicos y sociodemográficos, así como la diversidad en tamaño, modelo y desarrollo turístico de cada municipio, incorporan casuísticas y elementos de reflexión turística diferenciales, que condicionan, y en algunos casos sesgan, algunos de los indicadores del Atlas.

Entre los factores más importantes a tener en cuenta en la interpretación de los datos del presente Atlas es necesario subrayar los siguientes:

1. La información que ofrece el Atlas combina **fuentes oficiales** (principalmente del INE) y **estimaciones** (como las plazas turísticas en segundas residencias o el empleo turístico), lo que aporta una visión territorial aproximada la incidencia, aunque sujeta a las limitaciones de la información disponible para realizar las estimaciones. El verdadero valor del Atlas radica en permitir **comparaciones relativas entre municipios, más allá de la precisión exacta de cada dato**.
2. En **municipios con un elevado volumen demográfico** (grandes ciudades, áreas metropolitanas) y funciones de cabecera territorial (cabeceras comarcales o centros insulares como Ibiza o Mahón), la **relevancia turística** queda parcialmente **infraestimada por el mayor tamaño de su población residente**.
3. La **localización de grandes infraestructuras** de transporte (aeropuertos, puertos, estaciones ferroviarias) en determinados municipios genera un **sesgo al alza en los datos de empleo turístico**. Estos empleos se asignan al municipio donde se sitúan las instalaciones, como ocurre en los aeropuertos de Madrid, Reus, Girona, Ibiza o Santiago, además de los puertos en Barcelona, Valencia, Málaga y Las Palmas. Es más, en casos donde las infraestructuras están en municipios contiguos (p. ej., El Prat respecto a Barcelona o Lluçmajor respecto a Palma), el empleo se atribuye al municipio de localización.
4. Algunas **zonas turísticas están formadas por más de un municipio** (como la Playa de Palma entre Palma y Lluçmajor), donde el empleo turístico se contabiliza según la ubicación del centro de trabajo. Esto puede llevar a que uno de los municipios aglutine la mayor parte de los datos de empleo, por lo que es necesario un **análisis agregado** que evite interpretaciones erróneas.
5. La dimensión de la oferta de alojamientos turísticos en cada municipio **no incluye las segundas residencias de uso propio o gratuito** (por familiares y amigos). Esto se debe a la **falta de información desagregada en el Censo de Viviendas de 2021** y a la **complejidad** para determinar cuáles de estas viviendas se **comercializan como turísticas en plataformas digitales**, lo que puede generar duplicidades y dificultar el análisis en algunos municipios urbanos. Esta limitación será abordada en futuras ediciones del Atlas. Aun así, la existencia de segundas residencias es clave para explicar las diferencias entre el número de plazas de mercado y el empleo turístico, ya que el empleo turístico depende tanto de las plazas de mercado como de estas segundas residencias, aunque estas últimas tienen un impacto menor en la generación de empleo al ofrecer menos servicios asociados.

Anexo metodológico

El Atlas turístico municipal de España es un proyecto impulsado por EXCELTUR con carácter abierto, que continúa con la vocación de ir incorporando información y análisis sobre aspectos relevantes, para poder aproximar, cada día mejor, la incidencia del turismo a nivel local en España.

Esta segunda edición recoge una serie de indicadores a partir de información oficial, dirigidos a medir el grado de relevancia del turismo a nivel municipal en España. En este sentido, la importancia del turismo a nivel local se aproxima a partir del volumen de oferta turística alojativa disponible en cada municipio, incluyendo tanto la oferta tradicional (hoteles, apartamentos turísticos por llaves, campings y alojamiento rural), como la oferta residencial, utilizada tanto como segunda residencia o como alquiler turístico. La oferta alojativa turística, junto con su grado de ocupación, permite cuantificar el volumen de turistas medio anuales que, relacionado con la población residente, ofrece una aproximación del nivel de especialización o dependencia turística para cada municipio.

Esta información se ha complementado con los datos de afiliados a la Seguridad Social en las ramas características del turismo, descritas en la Cuenta Satélite del Turismo del INE, además de la rama de Comercio al por menor, reflejadas en el esquema adjunto. Para aquellas ramas de actividad para las que no todo el consumo depende del turismo (Servicios de Comidas y Bebidas, Transporte terrestre y por tubería, Actividades de ocio y Comercio al por menor) los datos de afiliación se han ponderado por las ratios de población turística sobre el total de la población residente y turística del municipio.

| Ramas características CSTE | Ramas Atlas CNAE 99 |
|--|--|
| Hoteles y similares | 55 Servicios de Alojamiento |
| Restaurantes y similares | 56 Servicios de Comidas y Bebidas |
| Transporte de viajeros por carretera | 49 Transporte terrestre y por tubería |
| Transporte marítimo | 50 Transporte marítimo y por vías navegables |
| Transporte aéreo | 51 Transporte aéreo |
| Agencias de viaje | 79 Actividades de Agencias de Viajes |
| Actividades culturales, recreativas y deportivas de mercado y no mercado | 90, 91 y 93 Actividades de creación, artísticas y espectáculos, museos, deportivas y recreativas |
| | 47 Comercio al por menor, excepto de vehículos |

Los datos se han construido para los 500 municipios de mayor presencia turística, seleccionados a partir del número de plazas de alojamiento turístico reglado y de la oferta de viviendas de uso turístico, recogidas por los registros y directorios de las distintas CC.AA. y recopiladas por el Instituto Nacional de Estadística, las primeras, y en el caso de las VUTs (viviendas de uso turístico), de los datos de la estadística experimental del INE.

Atlas de contribución municipal del turismo en España Año 2024

Mayo de 2025

Puedes encontrarnos en

www.exceltur.org

www.linkedin.com/company/exceltur

<https://www.youtube.com/c/exceltur>



Exceltur