

El turismo en España: cada día más

María José Moral*

El año 2016 ha cerrado con una llegada de turistas internacionales a España por encima de los 75 millones, lo que confirma el tercer lugar en el *ranking* mundial, por detrás de Francia y Estados Unidos. Esta cifra es extraordinaria porque consolida esta posición frente a su inmediato seguidor, pero también por el intenso crecimiento teniendo en cuenta que se trata de un destino maduro. El turismo receptor ha permitido que el sector refuerce su peso en la economía española y se haya convertido en pieza clave para la recuperación iniciada en 2014, cobrando con ello un protagonismo que parecía haber perdido. Si bien, lo importante es la rentabilidad unida a la sostenibilidad del destino y las condiciones de vida de sus residentes. En este sentido, se han mostrado las líneas que el sector debería evitar, como la masificación y el crecimiento que se observa en turistas de gasto medio diario muy bajo.

El año 2016 cerró con una llegada de 75.579.522 turistas internacionales a España, confirmando la tercera posición en el *ranking* mundial, por detrás de Francia y Estados Unidos (véase el gráfico 1). Hace unos años, no se esperaba que el turismo en España alcanzara estas cotas. Por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo en sus previsiones de largo plazo para 2020 situaba a España en 2020 con 73,9 millones de turistas internacionales¹. De hecho, ningún país de las primeras posiciones del *ranking* ha alcanzado ya lo previsto para 2020, excepto España. Francia y Estados Unidos tienen posibilidades de alcanzar su previsión pero todavía deben de aumentar, res-

pectivamente, 21,6 y 24,9 millones de turistas en cinco años. China está muy lejos de llegar a los 130 millones que se preveían para 2020, ya que en 2015 solo ha recibido 56,9 millones de turistas.

En este artículo se analiza la evolución del sector turístico español comenzando por los factores económicos y políticos que influyen en la llegada de turistas internacionales. En los dos siguientes apartados se explora la procedencia y el gasto de los turistas. A continuación, se evalúa el impacto del turismo en la economía española a través del PIB, la balanza de pagos, el empleo y la formación bruta de capital. El último apartado resume

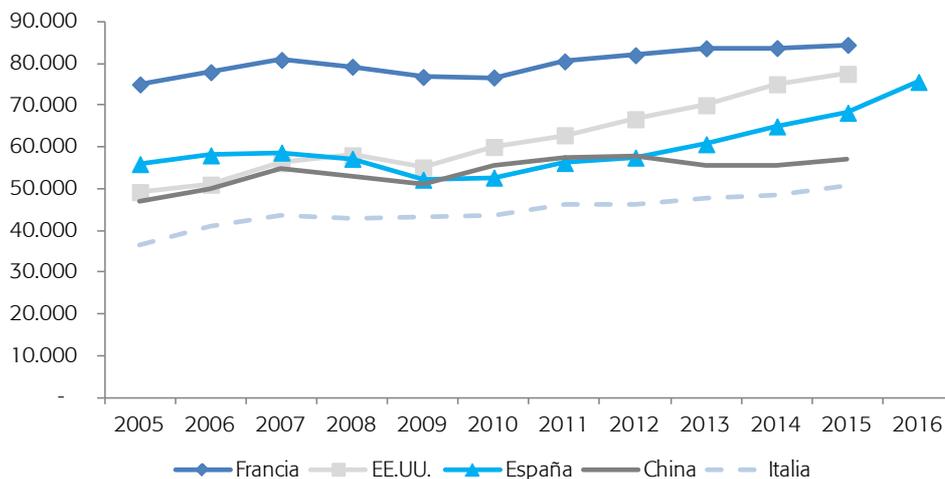
* UNED y Funcas.

¹ En Garín-Muñoz (2008) se comentan las tendencias internacionales de las previsiones de la OMT en 2008 realizadas con datos de 1995 y publicado en su informe WTO (2002).

Gráfico 1

Llegada de turistas internacionales en los países más visitados del mundo

(En miles)



Fuentes: World Development Indicators (Banco Mundial) y Frontur (INE) para 2016 en España.

las principales ideas y retos pendientes para garantizar que el turismo sea una actividad rentable y sostenible.

y la inestabilidad política vivida en los países africanos de la cuenca mediterránea, en especial en Túnez y Egipto, motivaron que las grandes tour-operadoras europeas desplazaran a sus turistas hacia destinos más seguros como Croacia, Grecia, Malta, Portugal, Turquía y España. La variación en el número de turistas que llegan a cada una de estas zonas desde 2011 se muestra en el gráfico 2

Posicionamiento internacional

Cuando en 2007 nos acercamos a los 60 millones de turistas ya se consideró un resultado excelente teniendo en cuenta que el país contaba con 44,8 millones de habitantes. La recesión económica, no obstante, hizo mella en los principales mercados emisores (Reino Unido, Alemania y Francia) y truncó este avance, perdiendo 8 millones de turistas en dos años. Pero en 2010, cuando esos países europeos comenzaron a mostrar ciertos signos de recuperación económica, la caída se frenó. Esta evolución no hace sino confirmar la evidencia ampliamente contrastada de que el turismo es un bien de lujo, es decir, presenta una elasticidad superior a la unidad (Lim, 1997). En términos macroeconómicos esta relación se aproxima con la renta real per cápita del país, de manera que la segmentación de los turistas por procedencia es interesante en este sentido.

Además, en 2011 se contó con un efecto externo positivo. La denominada Primavera Árabe

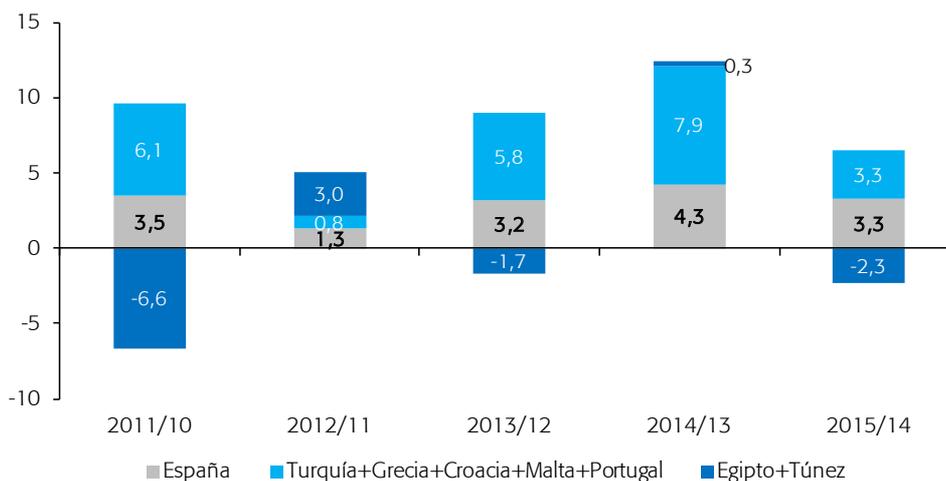
Las nuevas condiciones geopolíticas del Mediterráneo han cambiado el destino de unos 7 millones de turistas al año, una parte importante de los cuales vienen a España. La cuestión es qué pasará con esos turistas "prestados" cuando se establezca la situación política y la seguridad ya no sea un elemento diferenciador. España los mantendrá si ofrece una diferenciación en calidad más allá de la seguridad.

y pone en evidencia varios aspectos. En 2011, es claro el desplome del turismo en Egipto y Túnez, que pierden conjuntamente 6,6 millones de turistas, y se puede sostener que gran parte de estos turistas se desplazan a los mercados europeos competidores. Pero sería un error afirmar que el

Gráfico 2

Variación anual de turistas en la cuenca mediterránea

(En millones)



Fuente: World Development Indicators (Banco Mundial).

crecimiento de los últimos años en estos países europeos se debió exclusivamente a la Primavera Árabe, aunque sí ayudó a fortalecer la tendencia creciente ya iniciada en 2010. Esta idea se corrobora porque se observa que los turistas en Egipto y Túnez se estabilizaron y en esos países (incluido España) siguió aumentando la llegada de turistas internacionales. Si bien en 2015 han vuelto a disminuir los turistas en el norte de África como consecuencia de nuevos atentados terroristas de Túnez, dando lugar a una nueva sustitución hacia destinos europeos de sol y playa.

La hipótesis de que la Primavera Árabe ha tenido para España un crecimiento importante en 2011 que se ha estabilizado ("efecto escalón") también se apoya por el hecho de que en 2011 aumentó el peso de los turistas que utilizaban un viaje organizado en España (por primera vez desde que se tenían registros). En 2002 estos turistas representaban el 47,4% y en 2010 habían retrocedido al 29,7%; pero en 2011 esta cifra aumentó al 30,7% y en 2012 al 31,0%. Al año siguiente bajó y, desde entonces, esta distribución se ha estabilizado en torno al 29%.

En definitiva, las nuevas condiciones geopolíticas del Mediterráneo han cambiado el destino de unos 7 millones de turistas al año que se distribuyen mayoritariamente entre España, Turquía y Croacia. La cuestión es: ¿qué pasará con esos turistas "prestados" cuando se establezca la situación política en el norte de África y la seguridad ya no sea un elemento diferenciador?, ¿Volverán a esos países que ofrecen un producto de sol y playa similar y con precios más bajos? Es evidente que España mantendrá a estos turistas si ofrece una diferenciación en calidad más allá de la seguridad. En este sentido, liderar el *ranking* mundial del índice de competitividad de turismo y viajes en el Informe de 2015 del World Economic Forum es una muestra más de la fortaleza del sector turístico español (Garín-Muñoz y Moral, 2016).

Países emisores: consolidados y nuevos

Los turistas que mayoritariamente nos visitan² son, en este orden, ingleses, franceses y alema-

² La información estadística de los turistas que llegan a España procede de la *Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (Frontur)*. El Instituto de Estudios Turísticos (IET) realizaba esta encuesta hasta septiembre de 2015 y después el Instituto Nacional de Estadística (INE). Los datos de 2015 son estimaciones del INE para homogeneizar todos los meses..

nes, alcanzando en 2016 una cuota conjunta del 53,5%. Tradicionalmente los turistas alemanes superaban a los franceses, pero desde 2014 ha cambiado esta tendencia. Estos tres mercados emisores, aun siendo muy relevantes, han mostrado desde hace bastante tiempo un crecimiento más lento que el resto de mercados emisores (gráfico 3 y cuadro 1), por lo que su cuota ha ido cayendo sistemáticamente. Así por ejemplo, en el año 2000 estos tres países representaban el 63,4% del turismo receptor en España.

Los turistas que mayoritariamente nos visitan son ingleses, franceses y alemanes, alcanzando en 2016 una cuota conjunta del 53,5%. Sin embargo, estos tres mercados emisores han mostrado, desde hace algún tiempo, un crecimiento más lento que el resto, por lo que su cuota ha ido cayendo sistemáticamente.

Dada la magnitud de la cuota de estos países, tiene interés examinar más en detalle qué puede explicar este comportamiento tan débil. Para ello se emplean datos de Eurostat sobre el número de

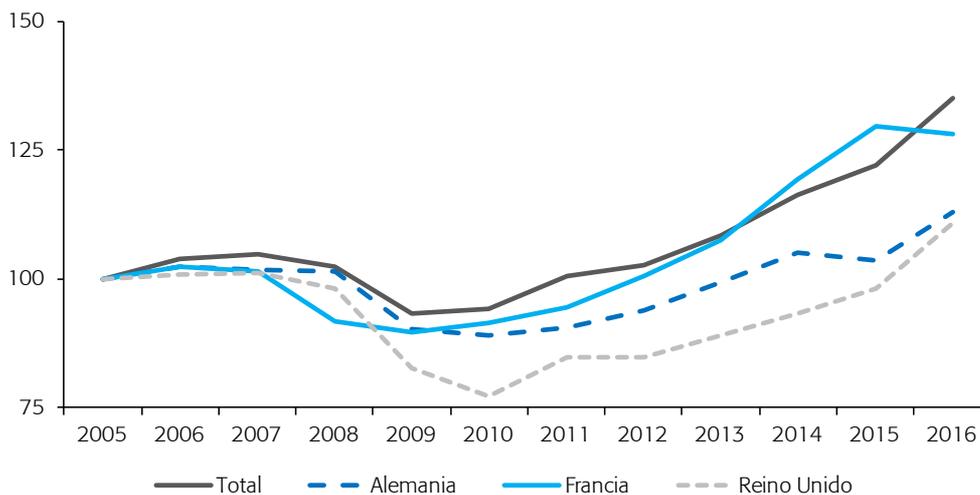
turistas que, en cada país, han realizado viajes al extranjero por motivo personal (de ocio) con una duración de cuatro o más noches de duración. Esto permite comprobar si el aumento tan lento de su presencia en España se debe a que están optando por otros destinos o bien es que realmente están viajando menos al extranjero. Aunque no es posible identificar el impacto del aumento de los viajes de corta duración, el análisis es relevante para guiar las medidas de política promocional del destino España como “sol y playa”, ya que este tipo de viajes son mayoritarios (en 2016, el 79,1% de los turistas internacionales estuvo en España cuatro o más noches).

Examinando los viajes que realizaron los residentes en el Reino Unido (2005-2012), Francia (2005-2014) y Alemania (2005-2015), se confirma que los turistas franceses han seguido saliendo al exterior en la misma cuantía a pesar de la crisis y desde 2013 han aumentado; mientras que los ingleses y en mayor grado los alemanes han reducido sus viajes de cuatro o más noches al extranjero. Por tanto, esto explica, por una parte, la buena posición en el *ranking* español que presentan en la actualidad los turistas franceses y, por otra, el crecimiento tan lento de alemanes e ingleses.

Gráfico 3

Evolución de los turistas procedentes de Reino Unido, Alemania y Francia

(Índice base 100=año 2005)



Fuente: Elaboración propia a partir de Frontur (IET e INE).

Cuadro 1

Llegada de turistas internacionales a España por procedencia

	2005	2016
Total	55.913.778	75.579.522
Alemania	9.917.619	11.200.082
Bélgica	1.821.667	2.309.366
Francia	8.874.747	11.371.976
Irlanda	1.365.078	1.821.773
Italia	2.956.891	3.998.620
Países Bajos	2.434.990	3.366.167
Portugal	1.991.916	1.987.540
Reino Unido	16.090.030	17.825.315
Suiza	1.155.491	1.727.079
Rusia	297.794	1.008.058
EE.UU.	883.523	2.003.270
Países nórdicos	2.866.035	5.167.162
Japón	181.052	473.553
China	n.d.	374.295

Fuente: Frontur (IET e INE).

En el otro extremo se encuentra otro grupo de países emisores de turistas que están aumentando significativamente sus viajes a España (véase el cuadro 1). Dentro de este grupo es posible distinguir varios casos en función de su cuota hace una década. En primer lugar, se tiene el caso de los países nórdicos y Estados Unidos, que ya en 2005 enviaban a España un número significativo de turistas y han duplicado su presencia en 2016. En segundo lugar, se incluyen Rusia y Japón, que han triplicado los turistas que nos visitan. Por último, es preciso mencionar a China, que con anterioridad a 2005 no tenía a España entre los destinos permitidos, mientras en 2016 hubo 374.295 turistas chinos.

Gasto por turista: búsqueda del turista más rentable

La otra variable relevante para explicar el resultado del sector turístico es el gasto que esos turis-

tas se dejan dentro de nuestras fronteras. Esta variable, cuando se mide por el total, presenta una evolución creciente similar a la comentada en la llegada de turistas. Sin embargo, también es preciso tener presente que para la sostenibilidad de un destino lo importante es la calidad y no la cantidad. Por tanto, se debe poner en valor el gasto medio diario por turista y la estancia de los turistas internacionales, más que el gasto total.

El gasto medio diario de los turistas también ha subido significativamente pasando de los 88 euros en 2005 a 129 euros en 2016, aunque sigue siendo inferior al registrado en Francia o Italia y presenta una distribución muy dispar según la procedencia, el motivo del viaje o el destino en España. Al mismo tiempo se ha asistido a una reducción de la estancia media de los turistas en nuestro país, pasando de 9,7 días a 7,9 días. De hecho, esta tendencia a realizar más viajes de menor duración es una práctica que se está extendiendo en los viajes internacionales debido a la irrupción de las compañías aéreas de bajo coste (que ya trasladan a la mitad de los turistas que entran en nuestro país). Por tanto, se deben hacer propuestas de comercialización y de política turística para aumentar la estancia media y el gasto medio diario; o bien, identificar a los segmentos de turistas y de productos que generan un mayor gasto diario. Por ello, a continuación se examina la segmentación de turistas en función del gasto medio en 2016³.

Los turistas japoneses lideran el *ranking*⁴ con 362 euros de gasto medio diario, seguidos de los chinos con 275, los estadounidenses con 231 y los rusos con 150. Si bien es cierto que entre todos ellos los japoneses están menos tiempo en España (una media de 6,8 días), mientras que los procedentes de Rusia, China y EE.UU. están 10,6; 9,4; y 8,3 días, respectivamente. Estos turistas prefieren un turismo urbano y de compras al turismo habitual de sol y playa. Por todo ello, parece claro que se debe realizar un esfuerzo por atraer a estos turistas y potenciar también el turismo urbano y de

³ Esta distribución se mantiene bastante estable en el tiempo.

⁴ De los países emisores que están entre las diez primeras posiciones de llegadas de turistas.

compras. Barcelona⁵ y Madrid han sabido aprovechar sus posibilidades y atraer este tipo de turistas. El reto ahora es que otras ciudades se sumen a esta tendencia y que siga aumentando este tipo de turismo tan rentable y de calidad.

Por el contrario, los turistas franceses realizan un gasto medio diario muy bajo de 84 euros, porque en muchos casos se alojan en campings, por lo que la rentabilidad se aminora mucho respecto de la media. En este sentido, se debería hacer un esfuerzo por captar a turistas franceses que opten por hoteles y gasten más, pues ya son más numerosos que los turistas alemanes y éstos últimos realizan un gasto medio diario bastante superior de 118 euros y están más tiempo en España (8,4 días frente a los 7,2 días de los turistas franceses). Por último, cabe señalar el discreto comportamiento de los portugueses que, por la proximidad geográfica, nos visitan, puesto que tan solo están 4,4 días de media, aunque su gasto medio diario es de 99 euros.

Impacto del turismo en la economía española

El turismo es la actividad económica que más aporta a la renta y al empleo. De ahí que los excelentes resultados comentados sean cruciales para la recuperación y expansión de la economía española. Este apartado presenta evidencia de los efectos directos e indirectos del turismo sobre el crecimiento económico español.

Aportación al PIB

En primer lugar, es preciso poner de manifiesto que la actividad turística en España se apoya no solo en los turistas internacionales que nos visitan, sino también en las actividades que generan los residentes. De hecho, la aportación de este com-

ponente es superior a la de los turistas no residentes (véase el gráfico 4a).

En 2015 el sector turístico en España fue el responsable del 11,1% del PIB⁶, que se repartió entre el 5,3% generado por el turismo receptor y el 5,7% generado por las "Otras componentes del turismo", que incluyen el turismo de los residentes. No obstante, es el turismo receptor el que está mostrando unos mejores resultados, debido a que la recesión económica en España ha retraído el turismo de los residentes hasta 2013 y todavía las tasas de crecimiento son más débiles (véase el gráfico 4b).

En cuanto a la evolución temporal, cabe señalar que con anterioridad al inicio de la recesión económica el turismo mostraba un comportamiento más débil que el resto de las actividades, habiendo disminuido del 11,6% del PIB en el año 2000 al 10,7% en el año 2009. Esto es lo que algunos autores estaban alertando sobre el agotamiento del modelo de sol y playa y la necesidad de hacer sostenible un modelo que aunara el crecimiento de turistas y de la contribución al PIB. Nótese que en este período la renta generada por el turismo receptor crecía incluso más lenta que el resto de componentes del turismo.

Con el inicio de la crisis en 2008, pero sobre todo en 2009, se produjeron efectos negativos

En 2015 el turismo en España fue responsable del 11,1% del PIB, repartido entre el 5,3% generado por el turismo receptor y el resto por las otras componentes del turismo, que incluyen el correspondiente a los residentes.

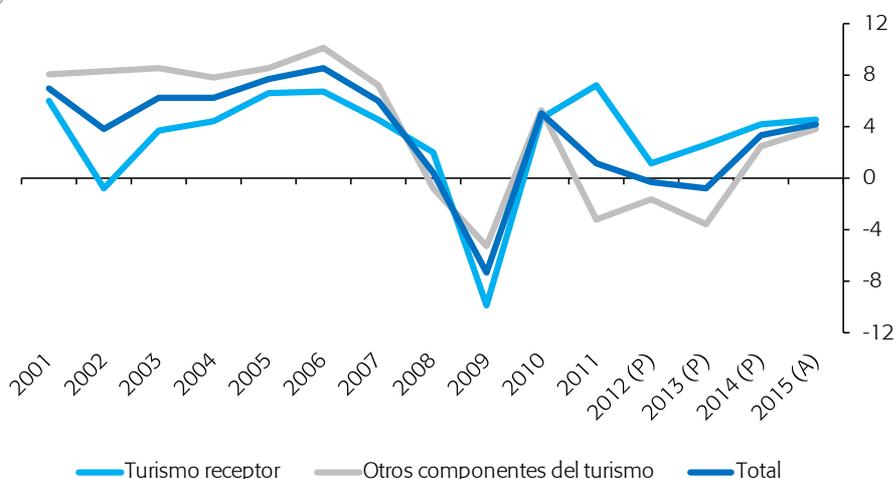
en el turismo. Como ya se ha comentado, el descenso del número de turistas internacionales, unido al retroceso del turismo interno, dio lugar a un mínimo de la aportación del turismo a la econo-

⁵ Véase el análisis de los turistas que visitan Barcelona y la relación entre motivo del viaje, procedencia y gasto en Garín-Muñoz y Moral (2017).

⁶ La contribución del turismo al PIB se mide a través de las *Cuentas Satélite del Turismo (CST)*. A diferencia de la *Contabilidad Nacional de España (CNE)*, no se dispone de una serie homogénea anterior a 2010. Por ello, en el análisis desde el año 2000 se toma el PIB en la misma base que el dato del turismo.

Gráfico 4

Aportación del turismo a la economía española

4a. Aportación al PIB nominal
(En porcentaje)4b. Tasa de variación anual de la aportación al PIB nominal
(En porcentaje)

Nota: Los datos de 2000 a 2007 se toman en base 2000; los de 2008 y 2009 en base 2008 y a partir de 2010 en base 2010. Este cambio de base no es relevante, puesto que se muestran cifras en precios corrientes y en cada caso se ha ponderado por el PIB nominal en la base correspondiente.

Fuente: Elaboración propia a partir de las *Cuentas Satélite del Turismo* en base 2000, 2008 y 2010 (INE).

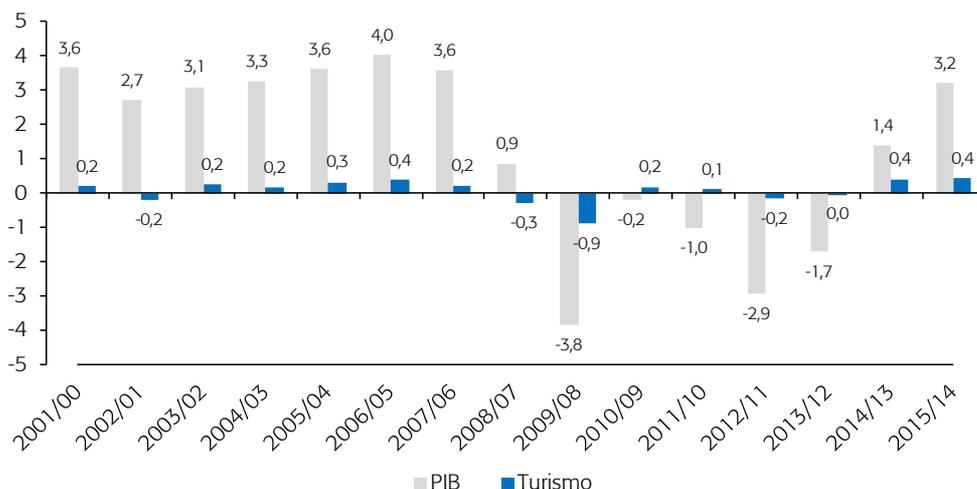
mía española (10,1%). Sin embargo, desde 2010, la recuperación de la llegada de turistas permite un cambio de tendencia y compensar las tasas negativas de variación del turismo interno (véase el gráfico 4b). Es más, durante 2010 y 2011 el turismo en términos reales creció de manera que contribuyó a que la caída en el PIB real no fuera mayor de lo que fue (gráfico 5).

Lo relevante de la recuperación económica iniciada en 2014 no es que el turismo muestre tasas de crecimiento reales positivas, ya que en épocas de expansión tiende a ser esta la situación habitual (gráfico 5). La situación que ha de destacarse es que el crecimiento registrado por el turismo es muy intenso en comparación con el resto de las actividades económicas. Tanto que, por ejemplo,

Gráfico 5

Contribución del turismo al crecimiento anual del PIB real español, 2001-2015

(En porcentaje)



Nota: Se compara el crecimiento real del turismo con el del PIB real en la base que ofrece *Cuentas Satélite del Turismo*. Las tasas de 2001/00 a 2008/07 están en base 2000; las de 2009/08 y 2010/09 en base 2008, y a partir de 2011/10 en base 2010.

Fuentes: Elaboración propia a partir de la *Contabilidad Nacional de España* y *Cuentas Satélite del Turismo* (INE).

en 2014 el 0,4% de crecimiento del turismo fue el responsable del 30% del crecimiento real del 1,4% que experimentó el PIB real español⁷. En definitiva, esto es lo que justifica que se haya dicho que el turismo está siendo el motor de la recuperación económica.

Balanza de pagos

Pero, además, el sector turístico presenta una externalidad positiva que no por repetida se debe olvidar. Se trata de su capacidad para financiar el tradicional déficit comercial español. En efecto, España es el país desarrollado donde los ingresos por turismo representan un peso muy importante sobre el PIB (un 4,9% en 2016).

El gráfico 6 muestra los ingresos y pagos por turismo desde enero de 2000 hasta febrero de

2017 y resume claramente varios aspectos de la evolución del turismo receptor ya mencionados y que brevemente se repasan. En primer lugar, la cuantía tan elevada de los ingresos por turismo en relación con los pagos. Esto explica que España cuente con un importante saldo positivo por turismo (36.270 millones de euros en 2016) que tradicionalmente ha compensado una parte del déficit comercial y que, en la actualidad, compensa en su totalidad, debido también al buen comportamiento de las exportaciones de bienes, que ha permitido reducir el déficit comercial (Fernández, 2013). Con todo, desde 2012 la economía española presenta capacidad de financiación al exterior. En segundo lugar, se aprecia la notoria estacionalidad del turismo receptor (también en el emisor, aunque en menor medida), que no ha disminuido con los viajes cortos. Luego se debe pensar que el aumento de los viajes en compañías de bajo coste se asocia con los programa-

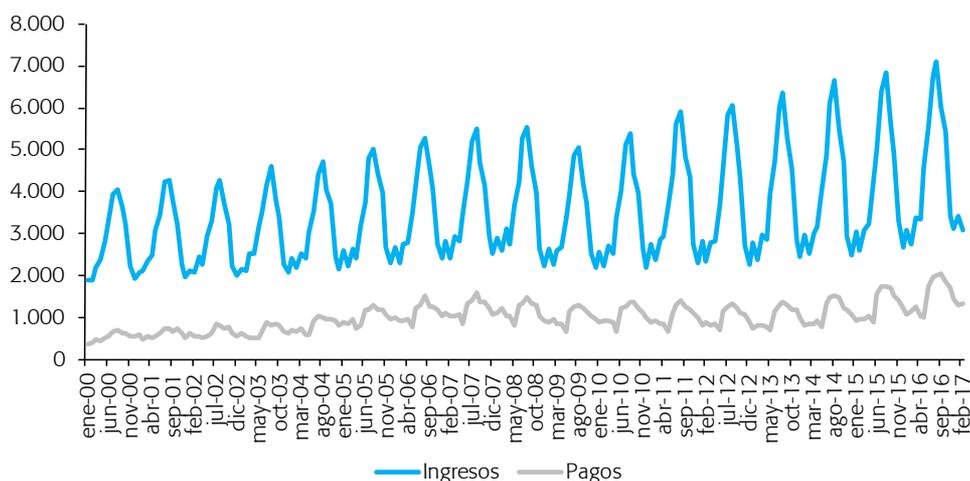
⁷ La contribución al crecimiento real del PIB del turismo y del resto de actividades se calcula como:

$$\Delta PIB = \frac{Turismo_t - Turismo_{t-1}}{Turismo_{t-1}} \frac{Turismo_{t-1}}{PIB_{t-1}} + \frac{Re sto_t - Re sto_{t-1}}{Re sto_{t-1}} \frac{Re sto_{t-1}}{PIB_{t-1}}$$

Gráfico 6

Ingresos y pagos por turismo, enero 2000-febrero 2017

(En millones de euros)



Fuente: Banco de España.

dos fundamentalmente en los meses de julio y agosto. En tercer lugar, se aprecian claramente los efectos de la crisis sobre el turismo receptor

España cuenta con un importante saldo exterior positivo por turismo: 36.270 millones de euros en 2016. Dicho saldo ha compensado tradicionalmente una parte del déficit comercial, y ahora lo hace ya en su totalidad, ya que el déficit ha disminuido debido al buen comportamiento de las exportaciones.

y el emisor en 2009 y la posterior recuperación. Dicho cambio de tendencia es muy rápido en el receptor, pues se inicia en 2010, mientras que en el turismo emisor hay que esperar hasta el 2014.

Aportación al empleo

El sector turístico es intensivo en mano de obra, por lo que su aportación al empleo es muy cuantiosa. Las altas registradas en la Seguridad Social en turismo y para el conjunto de la economía (cuadro 2) permiten certificar la ventajosa

Cuadro 2

Altas en la Seguridad Social en turismo

	Altas en turismo	% altas en España
2005	1.759.356	9,82
2006	1.846.460	9,89
2007	1.937.209	10,07
2008	1.959.557	10,24
2009	1.917.405	10,64
2010	1.932.224	10,94
2011	1.948.374	11,18
2012	1.934.542	11,48
2013	1.936.225	11,88
2014	2.001.448	12,09
2015	2.093.334	12,25
2016	2.193.730	12,47

Fuente: Seguridad Social.

posición del turismo, especialmente desde 2014 cuyo crecimiento sitúa, en 2016, al sector con 2,2 millones de trabajadores que representan el 12,5% de las altas de la economía española.

Es preciso un cambio de gestión de los recursos humanos en la hostelería y pensar que incluso

los trabajos menos cualificados son fundamentales para que la calidad global del destino sea alta.

No obstante, en las cuestiones laborales queda pendiente por mejorar la excesiva temporalidad y los bajos salarios. La primera cuestión es difícil de corregir en la medida en que el producto estrella es el turismo de sol y playa y, con excepción de las Islas Canarias, todos los destinos de sol y playa presentan una elevada estacionalidad. Además, como se ha comprobado, los ingresos por turismo receptor siguen siendo muy estacionales. En cuanto a la segunda cuestión, es preciso un cambio de gestión de los recursos humanos en la hostelería y pensar que incluso los trabajos menos cualificados son fundamentales para que la calidad global del destino sea alta. De manera que, sea cual sea su cualificación, es bueno para los resultados de la empresa mejorar las condiciones de todos sus trabajadores.

Aportación a la formación bruta de capital fijo

Un efecto no muy estudiado es la aportación del turismo a la inversión. Con los últimos datos disponibles de 2010 y 2011 se comprueba que esta aportación es si cabe más elevada debido al retroceso generalizado en la Formación bruta de capital fijo (FBCF) en esos momentos de crisis. Así, en 2011 el sector turístico fue responsable del 30% de la FBCF del país. Esto se explica en gran medida por la inversión que realizan las actividades de "Alquiler inmobiliario" en la partida "Vivienda" y que representó el 21,3% de la FBCF española en 2011. Luego esto nos recuerda el fuerte impulso que está teniendo la oferta de alquiler turístico por parte de particulares, en especial a partir de la irrupción de Airbnb⁸.

En contraposición, una de las preocupaciones y debilidades del sector es la baja inversión en activos intangibles. Por ello es crucial potenciar la innovación y la incorporación de tecnologías de

información y comunicación (TIC) en sus actividades⁹. Solo así se pueden ofrecer mejores servicios y al mismo tiempo acercarse a unos turistas cada vez más conectados, tanto para contratar sus viajes como para ver la opinión de los turistas que ya han estado en el destino.

Conclusiones

A lo largo del artículo se ha evidenciado la efusión del turismo en España. Este fenómeno a veces se ha tildado que adolece de cierta obsesión por el crecimiento, por lo que también se ha tratado de mostrar lo importante que es la rentabilidad unida a la sostenibilidad del destino y las condiciones de vida de sus residentes. En este sentido, se han mostrado las líneas que el sector debería evitar, como la masificación y el crecimiento que se observa en turistas de gasto medio diario muy bajo.

En definitiva, se debe apostar por captar turistas de segmentos de renta que se alojen en hoteles y realicen turismo urbano (de compras, negocios y/o cultural). El reto de la calidad, la rentabilidad y la sostenibilidad está íntimamente relacionado con un modelo de turismo más diversificado en el tiempo y en el territorio. Todavía existen oportunidades de negocio por expandir y mejorar. Algunas propuestas serían: i) la ampliación de los canales de comercialización directa del alojamiento reglado a través de Internet, ii) tener en cuenta que el turismo europeo estará cada vez más envejecido, luego se debe adaptar la oferta a sus necesidades vitales puesto que esto contribuirá también a reducir la estacionalidad. Evidentemente, esto no agota las vías de regeneración y mejoría del sector, pero excede el objetivo del artículo, que es más discreto: mostrar un diagnóstico claro y conciso sobre la situación actual del turismo español.

⁸ Algunas ciudades españolas ya están tomando medidas para controlar este crecimiento. Por ejemplo, el Ayuntamiento de Palma en Mallorca está limitando el alquiler turístico.

⁹ Véase en Rodríguez, Allan y Hall (2014) la evaluación de los efectos sobre innovación del *Plan del Turismo Español. Horizonte 2020*.

Referencias

- FERNÁNDEZ, M. J. (2013), "Las exportaciones como impulsoras de la recuperación de la economía española", *Cuadernos de Información Económica*, 234: 39-45.
- GARÍN-MUÑOZ, T. (2008), "Cambios en las tendencias del turismo internacional y sus implicaciones para la economía española", *Papeles de Economía Española*, 116: 79-93.
- GARÍN-MUÑOZ, T., y M. J. MORAL (2016), "Competitividad del sector turístico español", *Papeles de Economía Española*, 150: 194-209.
- (2017), "Enhancing financial impact of tourism while preserving sustainability in the city of Barcelona", *Handbook of Tourism Finances*, Ed. McALEER y CHAI, en prensa.
- LIM, C. (1997), "Review of international tourism demand models", *Annals of Tourism Research*, 24 (4): 835-849.
- RODRÍGUEZ, I.; ALLAN, M. W., y M. HALL (2014), "Tourism innovation policy: Implementation and outcomes", *Annals of Tourism Research*, 49, 76-93.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2002), *Tourism 2020. Volume 7 Vision Global Forecasts and Profiles of Market Segments*, Madrid.