



Organized by:



Turismo de ciudad: un producto de éxito

Observation and analytical units. Tourist Destination Management (area 16)

Inmaculada Gallego Galán y Ana Moniche Bermejo

Área de Estadística e Investigación de Mercado. Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía.

C/Compañía Nº 40

29008 Málaga, Spain

amoniche@andalucia.org; igallego@andalucia.org

951299300

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, con una coyuntura económica y turística difícil, ha destacado por encima de otros productos turísticos el turismo de ciudad. Este artículo parte del análisis que se desarrolló en el Balance Turístico de Andalucía, año 2010, que identificó la existencia de cuatro áreas claves: accesibilidad, especialización, diversificación y caracterización de la demanda que eran determinantes para el éxito turístico de un destino urbano. En la segunda parte de este artículo se muestra como las principales ciudades españolas están definidas por estas áreas y en que medida afectan al menor o mayor éxito turístico.

ANÁLISIS DE SITUACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES DETERMINANTES

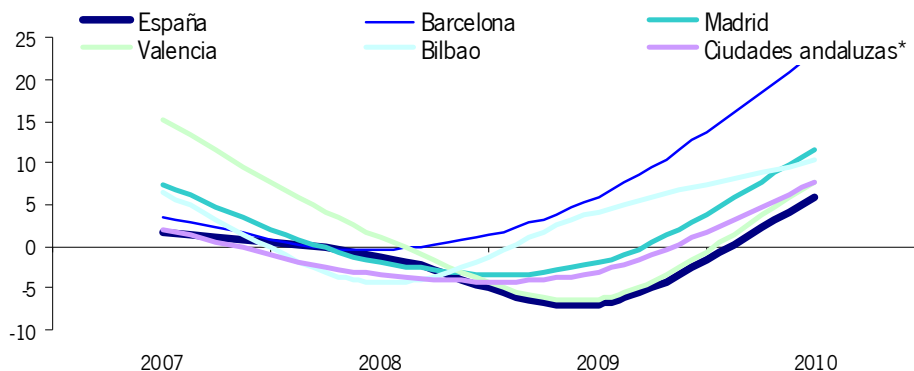
El turismo de ciudad es un producto que ha funcionado bien en la coyuntura actual de crisis económica. Su potencial radica en el hecho de ser viajes con estancias más reducidas, con destinos que ofrecen en muchos casos conexiones aéreas directas y a precios asequibles, debido a la importancia creciente de las compañías de bajo coste en el movimiento aeroportuario de las grandes ciudades. Asimismo, se caracteriza por ser destinos que pueden satisfacer múltiples segmentos turísticos y ajustarse a la tendencia creciente del fraccionamiento de las vacaciones que favorece las salidas en fines de semana y periodos festivos.

Las principales ciudades españolas y andaluzas, que se caracterizan por desarrollar esta tipología turística, muestran en los años 2009 y 2010 evoluciones más favorables que la media española o andaluza respectivamente.

Organized by:



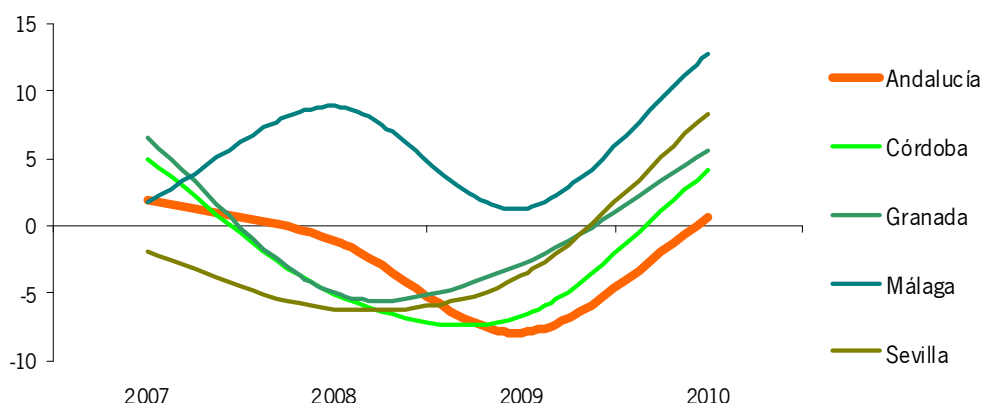
Tasas de variación de las pernoctaciones hoteleras en las principales ciudades españolas y su comparación con la media de España. Año 2007 - 2010



Fuente: EOH (INE)

*Ciudades andaluzas: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla

Tasas de variación de las pernoctaciones hoteleras en las principales ciudades andaluzas y su comparación con la media de Andalucía. Año 2007 - 2010



Fuente: EOH (INE)

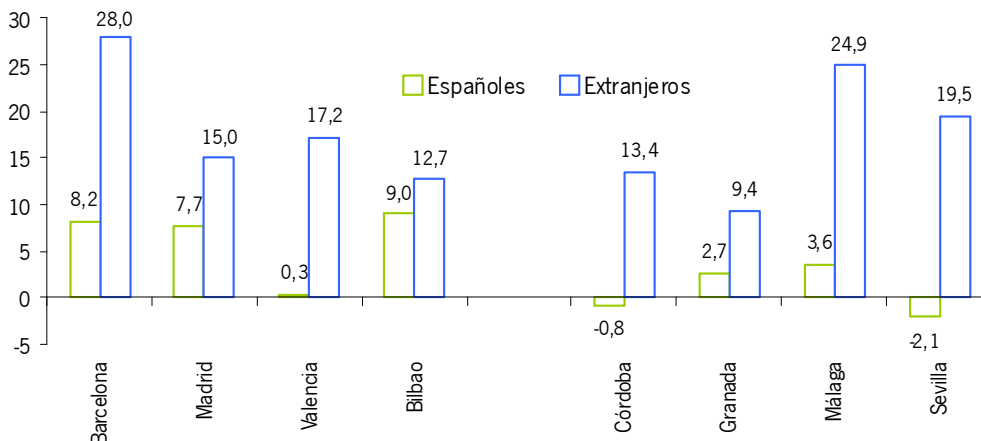
En España destaca la evolución de la ciudad de Barcelona, que en el periodo de recesión económica presenta tasas positivas llegando a registrar un crecimiento del +23% en el año 2010. Mientras que en Andalucía destaca la ciudad de Málaga que no presenta tasa negativas en el periodo analizado y que igualmente alcanza su máximo valor en el año 2010 con un crecimiento del +12,7%.

El año 2010 ha supuesto para las ciudades analizadas un repunte de sus cifras, influenciado principalmente por el crecimiento experimentado por el mercado extranjero que en todas ellas alcanza aumentos de dos dígitos, exceptuando Granada que lo hace al +9,4%.

Organized by:



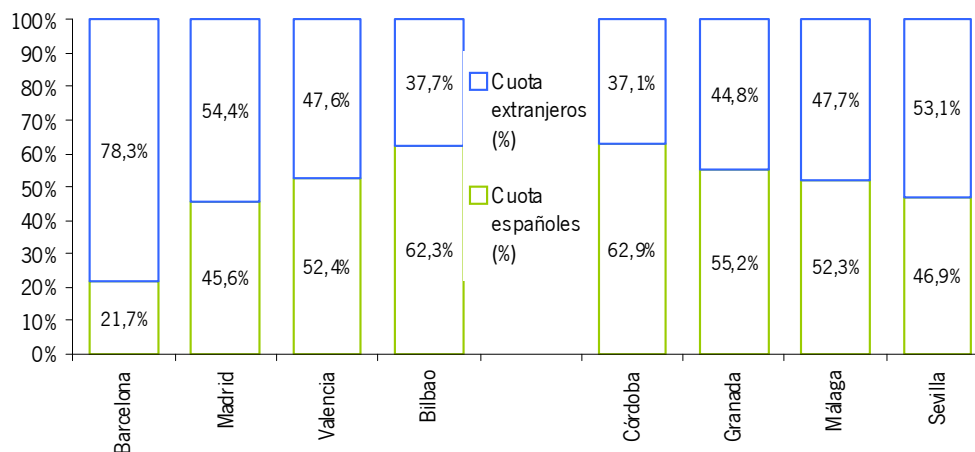
Tasas de variación de las pernoctaciones hoteleras en las principales ciudades. Españoles y Extranjeros. Año 2010



Fuente: EOH (INE)

Esta excelente evolución del mercado extranjero ha afectado en mayor o menor medida a las ciudades en función de la relevancia de este mercado en el destino, concretamente destaca el caso de la ciudad de Barcelona donde de cada 10 pernoctaciones hoteleras, 8 son realizadas por turistas extranjeros mientras que en el otro extremo se encuentran ciudades como Bilbao o Córdoba donde esta proporción es 4 de cada 10.

Cuota de mercado por procedencia en las principales ciudades españolas, según pernoctaciones hoteleras. Año 2010



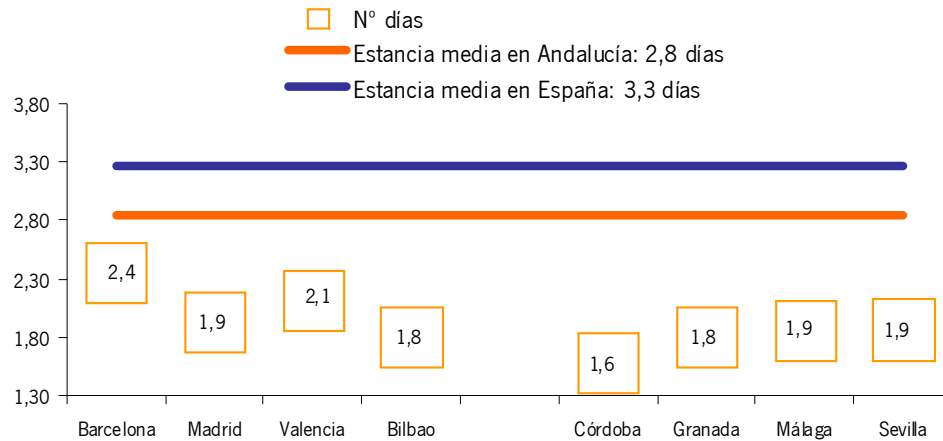
Fuente: EOH (INE)

Una característica de este turismo son las estancias cortas: en todos los casos presentan estancias medias inferiores a las registradas para el total de turismo. Exceptuando el caso de Barcelona y Valencia, todas presentan estancias medias inferiores a los dos días cuando en el total de movimiento hotelero de España o Andalucía el número medio de días se sitúa en casi tres.

Organized by:



Estancia media en hoteles de las principales ciudades españolas. Año 2010



Fuente: EOH (INE)

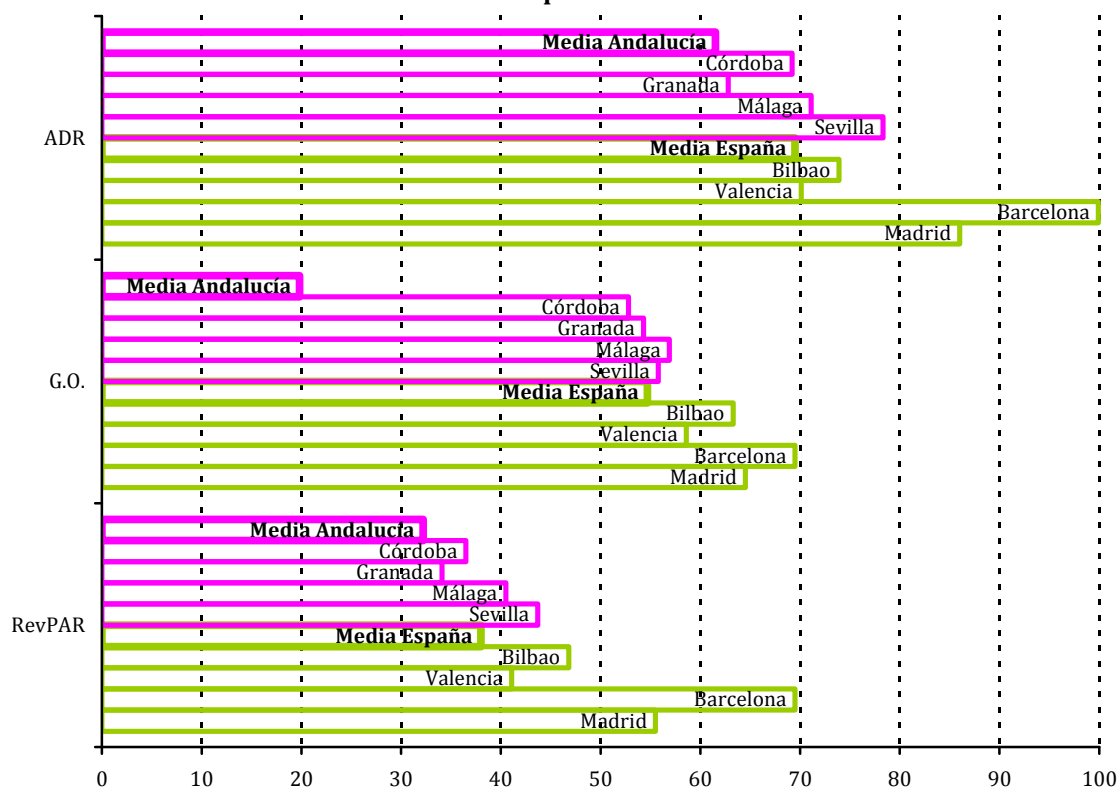
Cabe resaltar que estas ciudades destacan por disponer de una amplia gama de productos turísticos, destacando no sólo el turismo cultural sino también el vinculado a reuniones y congresos, idiomático, así como, en el caso de las ciudades costeras, el turismo de cruceros.

Los establecimientos hoteleros de los destinos urbanos españoles también registran durante el año 2010 una mayor rentabilidad. En concreto esta mayor rentabilidad se aprecia en las variable RevPAR y Grado de Ocupación, que se sitúan para las principales ciudades españolas y andaluzas por encima de la media.

Organized by:



Average Daily Rate, Grado de Ocupación y Revenue per Available Room de las principales ciudades españolas.



Fuente: EOH (INE)

Cabe destacar que 2010 también ha sido un año excepcional para el producto “turismo de cruceros”. En este sentido, Barcelona se configura como el primer puerto del Mediterráneo. En el año 2010 han atracado un total de 850 cruceros con 2,3 millones de pasajeros, lo que supone una cuota del 33% del total de pasajeros de cruceros de España. Este segmento en auge ha registrado un aumento en Barcelona del +9%, mientras que los puertos de Málaga o Valencia alcanzan tasas de crecimiento superiores al 35%, ocupando la cuarta y séptima posición en el ranking de turismo de cruceros en España, según número de pasajeros.

Ranking de ciudades según pasajeros de cruceros. Año 2010

Posición	Puerto	Nº Pasajeros	Cuota	%var. 10/09
1	Barcelona	2.344.925	32,90%	9,00%
2	Baleares	1.539.532	21,60%	24,30%
3	S.C. Tenerife	740.022	10,40%	27,30%
4	Málaga	659.138	9,20%	35,10%
5	Las Palmas	618.745	8,70%	1,20%
6	B. Cádiz	334.162	4,70%	42,00%
7	Valencia	253.743	3,60%	37,20%
8	Vigo	233.644	3,30%	4,80%
9	Cartagena	104.294	1,50%	53,60%
10	Alicante	75.911	1,10%	-21,40%

Fuente: Puertos del Estado

Fuente: Puertos del Estado



En cuanto al turismo cultural cabe destacar que Andalucía cuenta con una elevada riqueza en su oferta monumental y museística que la sitúa a la cabeza de las regiones turísticas españolas. En esta tipología turística vuelve a resaltar el excelente resultado con el que los principales monumentos de las ciudades andaluzas analizadas han cerrado el año, registrado tasas de crecimiento superiores al +4,5%.

Visitas a los principales puntos de interés turísticos de las ciudades andaluzas. Año 2010

Ciudad	Punto de Interés Turístico	Visitas 2010	%var. 10/09
Córdoba	Mezquita - Catedral	1.169.233	5,30%
Granada	Conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife	2.170.250	4,80%
Málaga	Teatro Romano	400.000	16,80%
Málaga	Museo Picasso	345.742	6,40%
Sevilla	Catedral	1.305.000	7,60%
Sevilla	Real Alcázar	1.176.792	8,90%

Fuente: Observatorios Turísticos de la ciudad de Córdoba, Málaga, Sevilla y Consejería de Cultura

Relacionado con el turismo de ciudad, resulta interesante el análisis del turismo idiomático en las ciudades españolas. Ese vínculo entre ambos segmentos se percibe, tal y como se observa en la tabla adjunta, en el hecho de que son siete ciudades españolas las que engloban prácticamente el 50% de los centros de español para extranjeros acreditados o no por el Instituto Cervantes. Según esta fuente 180.000 estudiantes visitan España cada año con el objetivo de practicar el idioma.

Ranking de ciudades según centros de español para extranjero. Marzo 2011

Posición	Ciudad	Centros acreditados	Centros no acreditados	TOTAL	Cuota (%)
1	Madrid	12	49	61	13,70%
2	Barcelona	13	29	42	9,40%
3	Salamanca	14	14	28	6,30%
4	Valencia	8	13	21	4,70%
5	Málaga	10	10	20	4,50%
6	Sevilla	8	11	19	4,30%
7	Granada	6	13	19	4,30%
	Total España	117	329	446	100%

Fuente: Instituto Cervantes (datos recogidos a marzo 2011)

Para el desarrollo del turismo de ciudad es necesario acceder fácilmente al destino, por ello son las grandes ciudades que disponen de una amplia gama de accesos, principalmente aeropuerto y trenes de alta velocidad, las más beneficiadas en desarrollar este producto turístico, situación que se ve acentuada además por caracterizarse con viajes de estancias cortas donde la menor pérdida de tiempo en traslados es muy valorado por el turista.

Se observa que las ciudades analizadas, exceptuando Córdoba y Granada, generan un alto volumen de movimiento aeroportuario, en su conjunto estas ciudades suponen el 54,3% del total de pasajeros en los aeropuertos españoles en 2010. Además todas ellas presentan tasas de crecimiento por encima del +3,5%, debido al crecimiento de pasajeros experimentado por las compañías de bajo coste, las cuales están ganando peso en los aeropuertos analizados destacando los andaluces, Málaga y Sevilla, donde estas alcanzan la mayor participación.

Organized by:



Movimiento aeroportuario en los principales aeropuertos españoles. Año 2010

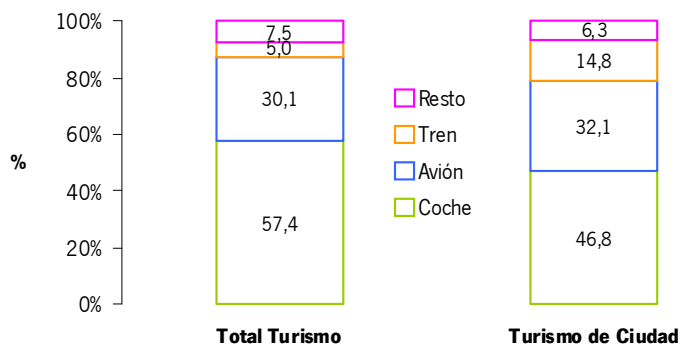
Aeropuertos	Total		Bajo Coste		Tradicional	
	Nº pasajeros	%var 10/09	Cuota	%var 10/09	Cuota	%var 10/09
Málaga	5.981.671	4,1	0,74	6,9	0,26	-3,2
Sevilla/San Pablo	2.106.185	4,3	0,67	8,8	0,33	-3,8
Valencia/ Manises	2.457.309	3,9	0,54	18,2	0,46	-8,9
Barcelona	14.607.002	7	0,45	13,7	0,55	2,2
Madrid/ Barajas	24.829.826	3,7	0,21	24,4	0,79	-0,6
Bilbao/ Sondica	1.938.774	6,6	0,33	22,1	0,67	0,4
Total España	95.655.005	3,1	0,47	8,5	0,53	-1,2
Fuente: AENA						

El análisis realizado hasta ahora permitió identificar que era imprescindible para el éxito de un destino urbano disponer y gestionar adecuadamente infraestructuras de acceso y turísticas, identificando aquellas variables relevantes como la importancia de que el destino sea accesible por diferentes medios de transporte (conexiones internacionales áreas, disponibilidad de accesos ferroviarios de alta calidad – líneas AVE, etc.), que tenga suficientes atractivos turísticos para generar demanda muy diversa (culturales, negocios y reuniones, cruceros, idiomas, etc.) y por último la necesidad de disponer de infraestructura de alojamiento, principalmente hotelero, con capacidad suficiente para atender a la demanda.

Una vez determinados aspectos estructurales de los destinos urbanos, el siguiente paso es determinar en que medida existen variables que caracterizan a la demanda de este producto turístico. Para ello se realizó una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, obteniendo para el año 2010 los resultados que a continuación se muestran.

El turista de ciudad en Andalucía se caracteriza por:

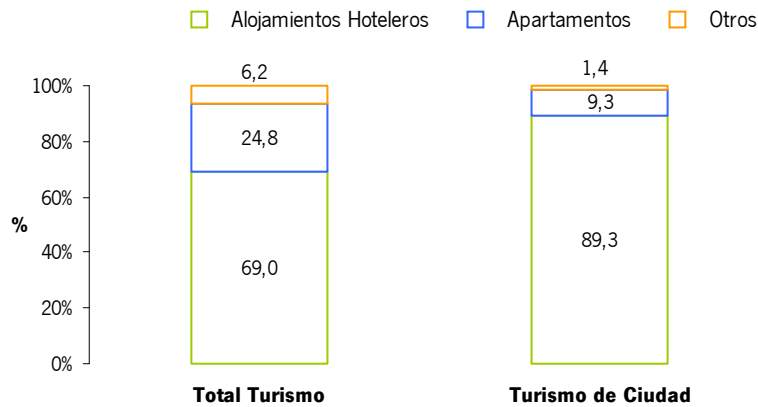
- Utilizar en mayor medida el tren y el avión, destacando el incremento en la elección del tren.



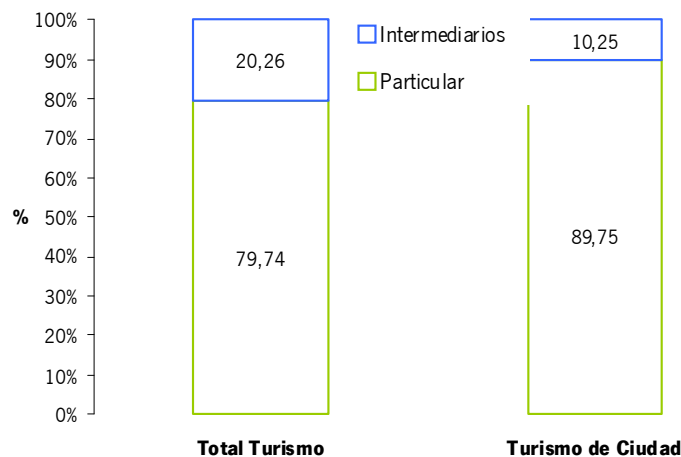
Organized by:



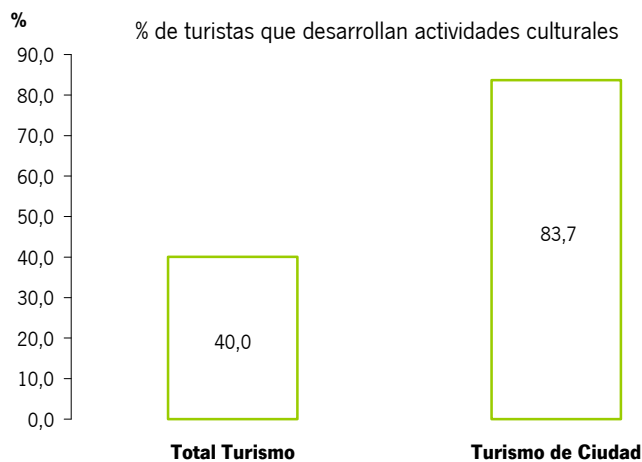
- Alta preponderancia del alojamiento hotelero



- Mayor independencia a la hora de organizar el viaje



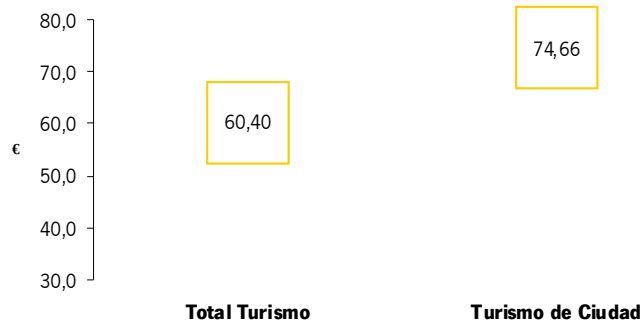
- Alta vinculación con el turismo cultural



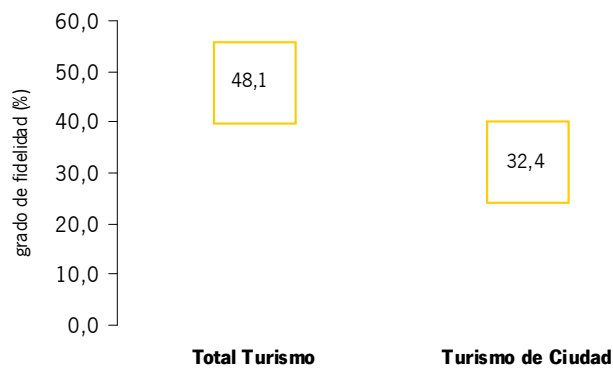
Organized by:



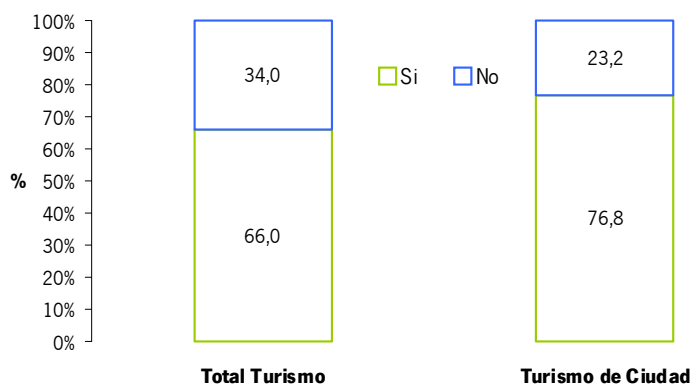
- Gasto medio diario en destino más elevado



- Bajo grado de fidelidad al destino, característica inherente por su vinculación a actividades culturales



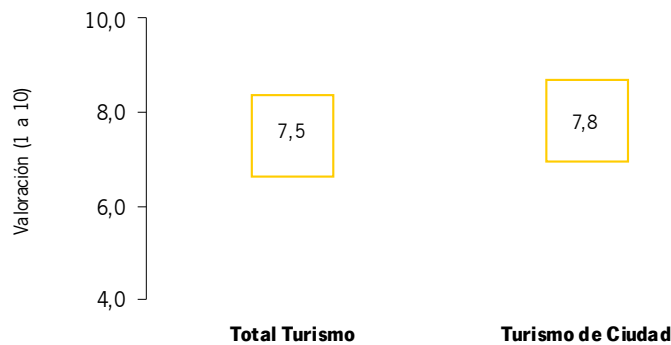
- Mayor uso de Internet para consultar, reservar o comprar



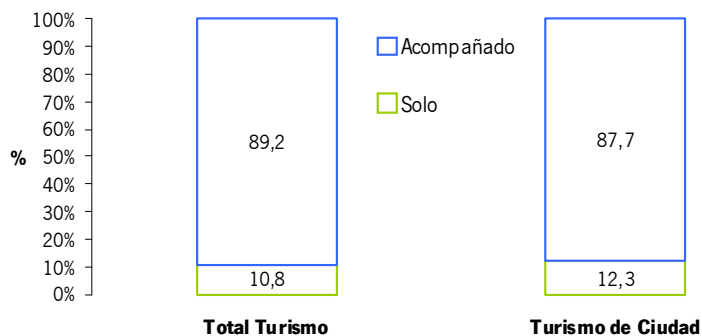
Organized by:



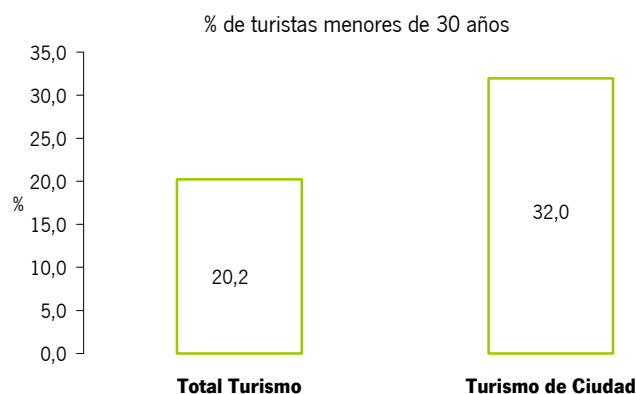
- Mejor valoración del destino



- Mayor presencia de turistas que viajan solos



- Mayor relevancia del turismo joven (menores de 30 años)



Las conclusiones del análisis de demanda realizado muestran que existen variables que caracterizan a este turista y que se identifican con una menor estacionalidad, mayor rentabilidad, mayor diversidad de mercados de origen y una buena evolución en sus resultados turísticos. Se identifican así variables a analizar en el siguiente apartado.



MODELO DE RANKING COMPARADO PARA LOS DESTINOS URBANOS ESPAÑOLES

Una vez realizado un análisis del producto “turismo de ciudad” se plantea un avance en la investigación, sintetizando las variables más idóneas para la configuración de los destinos urbanos. Para ello, se han seleccionado aquellas 13 ciudades con mayor número de plazas hoteleras identificando aquellas características que dibujan la situación global de un destino de ciudad.

Los destinos objeto de estudio son Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Granada, Zaragoza, Málaga, Alicante, Santiago de Compostela, Bilbao, Córdoba, Las Palmas y Salamanca. El objetivo de la metodología aplicada a estos destinos es presentar de manera muy intuitiva y de fácil interpretación una imagen global de la situación de los distintos puntos turísticos elegidos. La metodología combina distintas variables presentadas en forma de ranking comparados y estructuradas en los distintos conceptos que definen los destinos urbanos. Se presentan las cuatro áreas con las variables estudiadas en cada una de ellas.

. Área de Accesibilidad:

Las variables que la determinan son:

- Conectividad aérea internacional
- Conectividad AVE

Los primeros puestos del ranking los ocupan las ciudades de Madrid, Barcelona y Málaga, ya que cuentan con múltiples conexiones internacionales así como con línea de AVE.

. Área de Especialización:

Se identifica la adecuación del destino para satisfacer adecuadamente a la demanda turística mediante:

- Densidad de plazas por habitante
- Número de empleados por plaza hotelera

En este aspecto destacan destinos como Barcelona, Santiago, Sevilla y Granada. Concretamente Barcelona destaca porque se une el hecho de que a pesar de ser una gran ciudad, mantiene una elevada especialización turística con un elevado ratio de densidad de plazas hoteleras y que también ofrece una muy buena proporción en el número de empleados por plaza hotelera. Santiago de Compostela es una ciudad muy volcada en la actividad turística ya que se sitúa en el puesto número uno del ranking de densidad, aunque en el segundo indicador aparece en puestos intermedios. Las ciudades andaluzas de Sevilla y Granada comparten posición en cuanto a especialización, aunque la primera mantiene posiciones más equilibradas en ambas variables mientras que Granada mantiene mejor situación en cuanto a densidad.

. **Área de Diversificación:** entendida como la capacidad del territorio estudiado para satisfacer las múltiples motivaciones que presenta la demanda de turismo de ciudad.

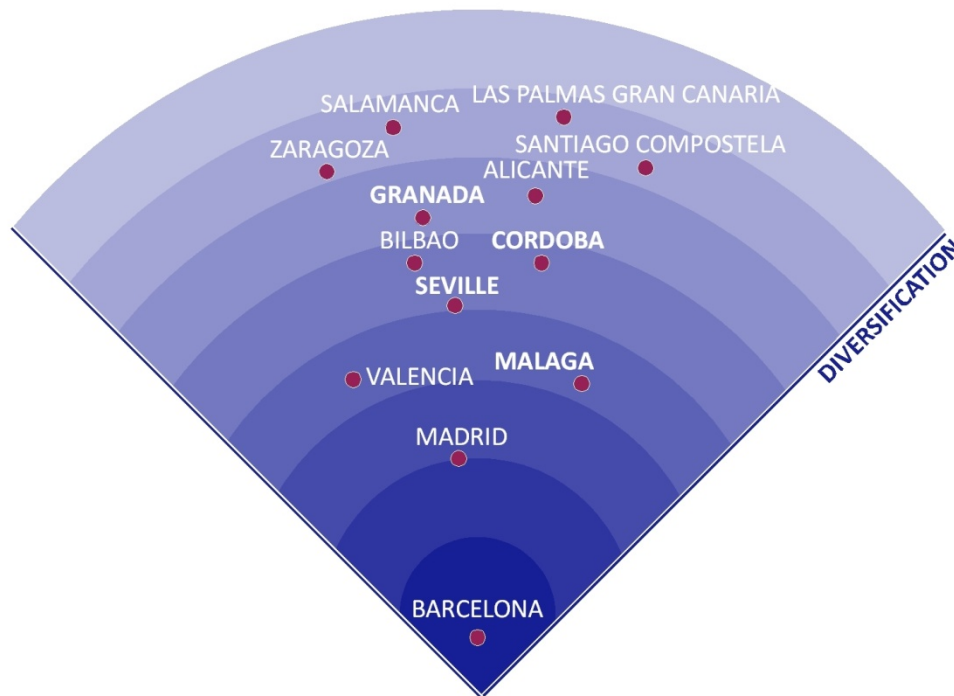
- Atractivo cultural
- Oferta de turismo idiomático
- Turismo de Crucero
- Turismo de Reuniones y congresos

Para la elaboración de este ranking se han tenido en cuenta la existencia de elementos culturales emblemáticos en los distintos puntos, ya sean museos o monumentos, valorando asimismo aquellas ciudades patrimonio de la humanidad. Otras variables incluidas han sido la existencia de escuelas de español para extranjeros, la atracción para el turismo de cruceros así como la potencialidad como destino de turismo de negocios.

Organized by:



Ranking de diversificación de los destinos urbanos españoles¹



Como se aprecia en el gráfico, es la ciudad de Barcelona la que obtiene mayor puntuación por sus características de gran ciudad con múltiples ofertas al turista, destacando sobre el resto por su actividad cruceística, lo que la aleja de la siguiente, Madrid.

Valencia y Málaga se caracterizan por presentar una buena combinación en las variables analizadas. Málaga aparece en los primeros puestos de cruceros y de negocios mientras que Valencia destaca por su mayor volumen de visitas generado por su principal atractivo cultural: la ciudad de las artes y las ciencias.

. Área de Caracterización de la demanda:

La fortaleza de la demanda de un destino urbano se ha caracterizado por estas cuatro variables:

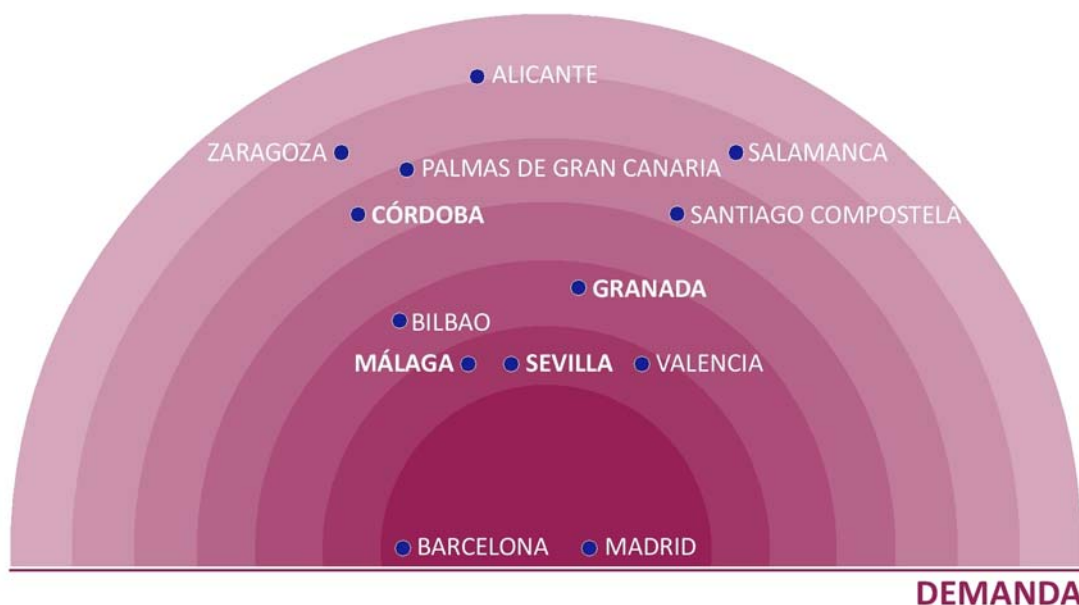
- Dinamismo
- Diversificación de mercados
- Estacionalidad
- Rentabilidad

¹ A mayor intensidad de color, mejor posición en el ranking.

Organized by:



Ranking de caracterización de la demanda de los destinos urbanos españoles



DEMANDA

En esta área destacan las ciudades de Barcelona y Madrid con primeras posiciones en todas las variables excepto en estacionalidad en el caso de Barcelona y dinamismo en el caso de Madrid. En un segundo grupo aparecen Málaga, Sevilla y Valencia, también compartiendo puntuación agregada en las cuatro variables, aunque con características diferenciadas.

El caso de Málaga destaca por buenas posiciones en dinamismo y diversificación de mercados, puntuación media en rentabilidad y peor situación en cuanto a estacionalidad de la demanda. Sevilla se posiciona dentro de los cinco primeros puestos en diversificación de mercados, estacionalidad y rentabilidad, pero en dinamismo se encuentra entre los últimos valores. Valencia alcanza el puesto número cinco en dinamismo, diversificación y rentabilidad mientras que en estacionalidad puntúa algo peor. Bilbao y Granada se sitúan en un tercer grupo, y Santiago de Compostela, Córdoba y Las Palmas de Gran Canaria en el cuarto.

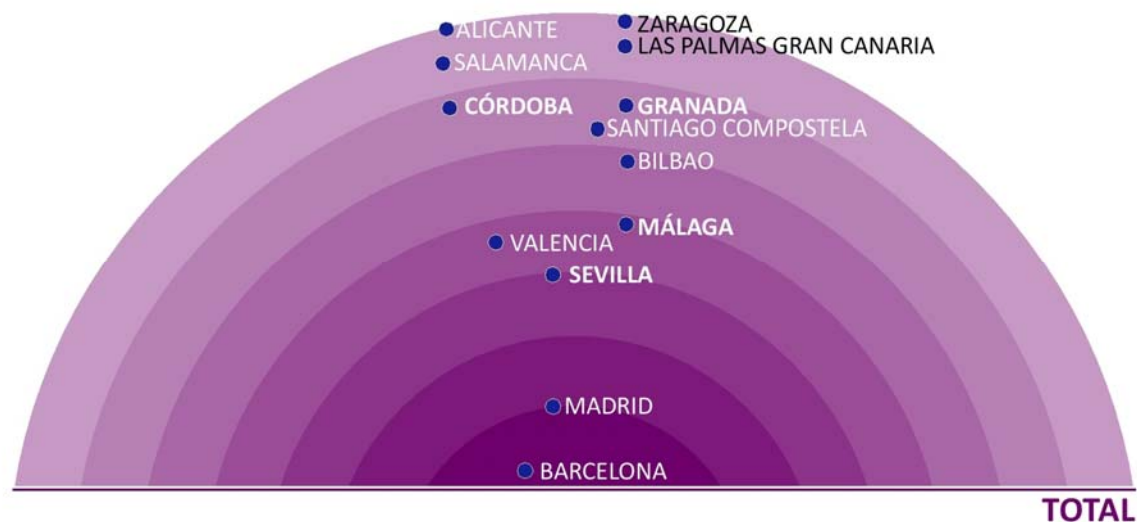
Análisis agregado de las cuatro áreas.

Agregando las puntuaciones obtenidas en las distintas áreas se pueden comparar los distintos destinos y presentar así las debilidades y fortalezas de los mismos mediante los ranking comparados.

Organized by:



Ranking agregado de los destinos urbanos españoles



En este agregado destacan dentro del primer grupo **Barcelona y Madrid**. Barcelona puntúa muy alto en las cuatro áreas analizadas, no presentando ninguna debilidad comparativa con el resto de destinos. Madrid, en términos generales se sitúa en posiciones altas, aunque presentan una menor diversificación.

Un segundo grupo esta formado por **Sevilla, Valencia y Málaga**, todas ellas presentan puntuaciones similares en todas las áreas salvo en la de especialización que es donde Sevilla destaca frente al resto.

La fortaleza fundamental de **Bilbao**, componiendo el tercer grupo, es su grado de especialización, pero presenta mayores debilidades en el área de accesibilidad, debido la falta de conexiones ferroviarias y su mayor dependencia del mercado español.

En un cuarto grupo se sitúan las ciudades de **Santiago de Compostela y Granada**, ambas compartiendo debilidad en cuanto a accesibilidad. A estas ciudades se le une **Córdoba** que también comparte carencias en esta área pero su principal debilidad respecto a las otras ciudades del grupo es la falta de especialización

El modelo de análisis desarrollado debe ser considerado como una primera aproximación fruto de las conclusiones anteriores y con la premisa de disponibilidad de información estadística homogénea que permite la comparación de resultados. Independientemente de esto, si queda constatada la relevancia que tiene para cualquier destino turístico disponer de núcleos urbanos accesibles, diversificados en cuanto a motivaciones turísticas y que pueda atenderlas con infraestructura alojativa y de oferta turística adecuada. La demanda de este producto turístico se define por unas características que ayudan a los destinos a conseguir objetivos estratégicos como una menor estacionalidad, turistas de mayor gasto medio diario, así como la complementariedad y diversidad de productos turísticos. Así mismo estas características ayudan a que en coyunturas económicas y turísticas desfavorables presente mejores resultados que otros destinos que no disponen de este producto turístico.