

Monitor de
competitividad turística
de los destinos
urbanos españoles

Marzo 2023

2022

REPORTAJE

El turismo urbano en el nuevo escenario post pandémico

URBANTUR 2022 se presenta en un momento de profundos cambios donde las ciudades enfrentan un nuevo escenario si cabe más transformador y complejo que el previo a la pandemia. Un nuevo escenario marcado tanto por los numerosos cambios estructurales y

los nuevos retos que ha introducido la pandemia, como por las propias implicaciones del contexto global y la respuesta a los desafíos que el desarrollo turístico en entornos urbanos ya generaba en 2019.



Un nuevo paso en la Gobernanza Turística

Ante este nuevo escenario, UrbanTUR 2022 propone avanzar decididamente en los sistemas de gobernanza turística para adaptarse a los retos de futuro, que supone gestionar una ciudad turística. Responder a este desafío supone dar un paso más e integrar al turismo en la visión sistémica y la proyección de la ciudad.

De ello, no solo depende el propio éxito turístico de los destinos urbanos, sino sobre todo su capacidad constructiva para mejorar la propia calidad de vida de la ciudad y su valoración como una actividad de alta contribución económica, reconocida y deseada por su ciudadanía.

Ciclo de gestión del turismo urbano



Los nuevos principios de dimensión urbana e incidencia turística incorporados en esta nueva edición de UrbanTUR se sintetizan de manera resumida en el presente decálogo actualizado:

Decálogo de nuevos principios de la Competitividad Turística Urbana

▶ **Grado de avance**
desde 2016

Sin avance
Leve avance

Notable avance
Sobresaliente avance

Máximo liderazgo político a favor de gestionar la ciudad bajo un sistema de gobernanza público-privado eficiente, especializado y duradero en complicidad con la sociedad local

01 

Liderazgo político al máximo nivel para integrar el turismo en la gestión urbana a través de una estrategia sostenida en el tiempo, que apueste por un posicionamiento turístico diferencial y sostenible a largo plazo.

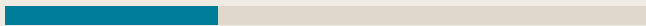
Grado de avance desde 2016



02 

Implementación de un sistema de gobernanza turística profesional y especializado, basado en la cooperación entre los distintos departamentos municipales y los mayores compromisos público-privados, que integren la visión de la sociedad local.

Grado de avance desde 2016



Fomento de la oferta turística diferenciada, de mayor valor añadido, equilibrada territorialmente y apoyada por las mejores tecnologías

03 

Apuesta por la generación de la oferta de mayor valor añadido y mayor gasto y efectos arrastre inducidos para la ciudad y su extensión más equilibrada en su territorio, aprovechando los recursos de su hinterland de influencia.

Grado de avance desde 2016



04 

Estructuración de los recursos y servicios turísticos a través de líneas de producto diferenciadas que aprovechen los elementos de identidad local y se alineen con las motivaciones de los turistas más interesantes.

Grado de avance desde 2016



05 

Aplicación de las nuevas tecnologías en la integración de productos, su marketing y comercialización, además de la atención al turista en el destino y la gestión de su impacto en el territorio.

Grado de avance desde 2016



Dotación de un sistema de accesibilidad de transporte sostenible y apuesta por nuevas políticas de movilidad turística

06 

Desarrollo de políticas que favorezcan la mayor conectividad y fomenten la intermodalidad entre los diversos medios de transporte para mejorar la accesibilidad al destino.

Grado de avance desde 2016



07 

Apuesta por una estrategia de movilidad turística que prime los nuevos sistemas de transporte más calmados, de menor impacto ambiental y con mayor capacidad de extender el impacto por la ciudad y su entorno de influencia.

Grado de avance desde 2016



Apuesta por la excelencia de los espacios públicos, el compromiso ambiental y la preservación de la identidad local

08 

Inversión en espacios urbanos seguros de alta calidad de vida como los mejores escenarios para el disfrute de las experiencias turísticas.

Grado de avance desde 2016



09 

Gestión de la capacidad de carga de los espacios turísticos, con especial atención a la progresiva expulsión de residentes de los centros por la conversión descontrolada de viviendas en alojamientos turísticos.

Grado de avance desde 2016



10 

Promover el mayor compromiso social y ambiental, procurando la mejora de las condiciones laborales, la reducción de la huella ambiental y el mayor compromiso con la preservación del patrimonio y la identidad local.

Grado de avance desde 2016



Indicadores UrbanTUR 2022



Capacidad de atracción de la oferta de productos de ocio

- 1.1. Atractivo de los grandes iconos de turismo cultural**
- 1.2. Posicionamiento en líneas de producto de turismo lúdico**
 - 1.2.a. Turismo de shopping
 - 1.2.b. Turismo familiar
 - 1.2.c. Turismo de grandes eventos y fiestas de interés turístico
 - 1.2.d. Turismo gastronómico
 - 1.2.e. Turismo de cruceros
 - 1.2.f. Turismo playa
 - 1.2.g. Turismo idiomático



Capacidad de atracción de la oferta de productos de negocios

- 2.1. Dinamismo empresarial**
- 2.2. Resultado de la actividad de ferias, reuniones y congresos**
- 2.3. Cualificación de la oferta de alojamiento y restauración**
 - 2.3.a. Dotación de hoteles de alta categoría
 - 2.3.b. Dotación de restauración de categoría alta



Condiciones competitivas del entorno urbano y de la vida local

- 3.1. Condicionantes competitivos del entorno urbano**
 - 3.1.a. Cualificación de espacios públicos para el turismo
 - 3.1.b. Atractivo y adecuación de los espacios públicos
 - 3.1.c. Calidad del medio ambiente urbano
- 3.2. Condicionantes competitivos del estilo de vida local**
 - 3.2.a. Reputación interna de la ciudad
 - 3.2.b. Seguridad ciudadana
 - 3.2.c. Atractivo del estilo de vida percibido por los turistas
 - 3.2.d. Fomento de la excelencia educativa



Accesibilidad y movilidad

- 4.1. Accesibilidad aérea**
 - 4.1.a. Frecuencia de vuelos
 - 4.1.b. Conectividad aérea
- 4.2. Accesibilidad ferroviaria en alta gama**
 - 4.2.a. Frecuencia de trenes de alta gama
 - 4.2.b. Conectividad ferroviaria de alta velocidad
- 4.3. Apuesta por la movilidad turística**
 - 4.3.a. Adecuación del Plan de movilidad turística
 - 4.3.b. Apuesta por la movilidad peatonal y vocación turística de la red de transporte público
 - 4.3.c. Apoyo a la bicicleta como atractivo y sistema sostenible de movilidad turística
 - 4.3.d. Eficiencia de la conexión ciudad-aeropuerto en transporte público
 - 4.3.e. Eficiencia del servicio de taxis de la ciudad
 - 4.3.f. Fomento de la movilidad sostenible turística en medios de transporte motorizados



Gobernanza y gestión estratégica

- 5.1. Prioridad política concedida al turismo**
 - 5.1.a. Posición del turismo en la escala organizativa municipal
 - 5.1.b. Esfuerzo presupuestario municipal a favor del turismo
 - 5.1.c. Apuesta institucional por la coordinación intra y supra municipal
- 5.2. Existencia y consistencia de una visión estratégica del turismo**
- 5.3. Desarrollo y gestión integral de la oferta por clubes de productos**
- 5.4. Política de marketing y promoción turística a través de nuevos canales on-line**
 - 5.4.a. Apuesta por un portal turístico transaccional ante el consumidor
 - 5.4.b. Impulso al marketing en redes sociales y medios multimedia
- 5.5. Eficiencia y eficacia del sistema de gestión turístico**
 - 5.5.a. Apuesta por sistema de inteligencia turística para la gestión del destino
 - 5.5.b. Valorización del turismo frente a la ciudadanía
 - 5.5.c. Agilidad en la gestión administrativa
- 5.6. Eficiencia en la gestión de la capacidad de carga y sostenibilidad del destino**
 - 5.6.a. Acción pública ante los problemas de las viviendas turísticas
 - 5.6.b. Valorización del turismo frente a la ciudadanía
- 5.7. Cargas impositivas sobre el sector turístico**



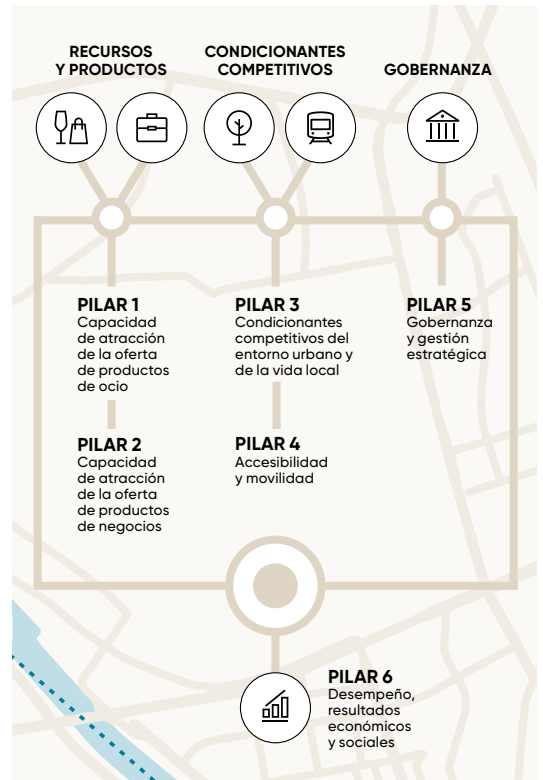
Desempeño, resultados económicos y sociales

- 6.1. Impacto económico**
- 6.2. Rentabilidad del modelo turístico**
- 6.3. Estancia media**
- 6.4. Contribución social**
- 6.5. Posicionamiento y excelencia de la oferta de viviendas turísticas**

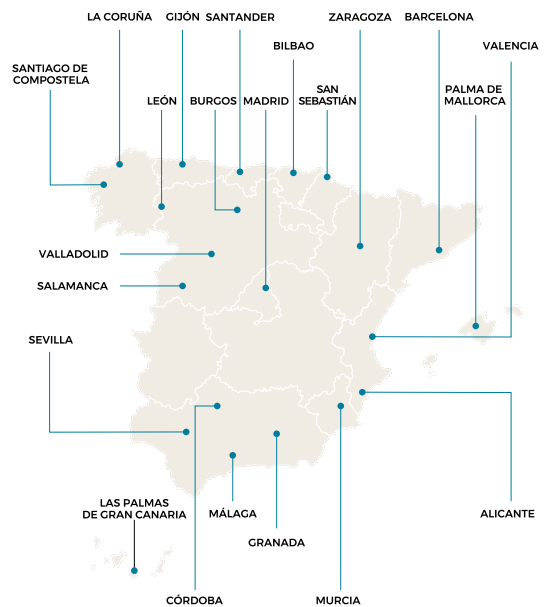
Estructura y ciudades

Estructura UrbanTUR

4 grandes bloques y 6 pilares



Ciudades UrbanTUR



Las 22 ciudades UrbanTUR representan:

87,2% del turismo urbano

23,0% del turismo español

Balance de la evolución competitiva de las ciudades españolas

Urbantur 2022 vs Urbantur 2016

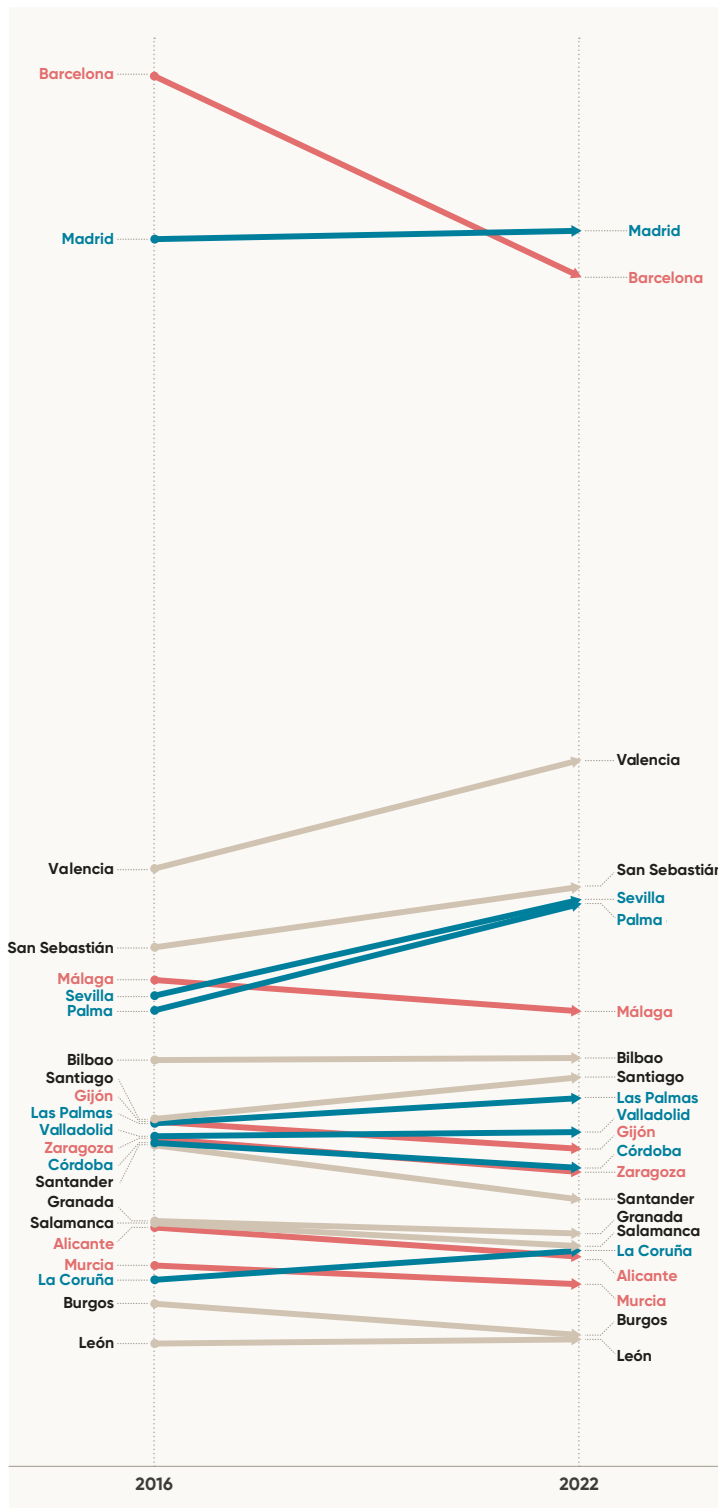
Los resultados de UrbanTUR 2022 reflejan el escaso avance que las ciudades han realizado desde 2016 en integrar de forma efectiva y con visión transversal al turismo en el conjunto de todas sus decisiones estratégicas de planificación y gestión, a pesar del notable peso y elevada presencia que tienen los flujos turísticos en sus

espacios, muy especialmente en los centros históricos y las zonas de mayor atractivo lúdico o cultural. La valoración sobre los ámbitos que componen el decálogo de competitividad turística de los destinos urbanos es desigual por ámbitos y ciudades, con avances, en general, limitados respecto a la situación de 2016.

Evolución de la posición competitiva de los destinos urbanos

Periodo 2016-2022. Unidades: medias anuales 22 ciudades=100

— Sube en el ranking — Se mantiene en el ranking — Baja en el ranking



Conclusiones de URBANTUR 2022 respecto a 2016

Buenas prácticas identificadas

- Pérdida de prioridad política en favor del turismo**
 2/22 con concejalía exclusiva de turismo
 0,5% del presupuesto municipal dedicado al turismo
 2/22 con comisión de coordinación turística
 7/22 con entes público-privados de gestión turística
 Barcelona Valencia
- Limitado alcance de las estrategias turísticas**
 5/22 sin plan estratégico
 5/22 con planes estratégicos avanzados
 Valencia Valladolid
- Freno en la estructuración de la oferta por líneas de producto**
 3/22 desarrollan clubes de producto de ocio
 0/22 coordinan con otros entes la creación de producto
 Valencia
- Concentración de los esfuerzos en marketing digital e inteligencia**
 +98,3% en seguidores en perfiles en RRSS
 6/22 aportan análisis sobre los datos en sus sistemas de inteligencia
 Madrid San Sebastián Barcelona
- Elevado recorrido de mejora en movilidad turística**
 2/22 con plan de movilidad turística
 4/22 contemplan la incidencia del turismo sobre la movilidad
 Palma de Mallorca Sevilla Zaragoza
- Notable mejora de los espacios públicos y el medio ambiente urbano**
 +13,9% en superficies de zonas verdes
 7,8 calificación empresarial de la calidad de los espacios públicos
 Bilbao Zaragoza
- Mayor sensibilidad sobre los efectos de las viviendas turísticas**
 9/22 regulan las viviendas de uso turístico
 7/22 zonifican la localización de viviendas de uso turísticos
 Barcelona San Sebastián
- Reducido esfuerzo de puesta en valor del turismo frente a la ciudadanía**
 7/22 se preocupan por medir la percepción social del turismo
 3/22 desarrollan campañas de sensibilización de la importancia del turismo
 Barcelona Valencia
- Fuerte aumento de las iniciativas empresariales**
 +12,3% el número de plazas en hoteles de alta categoría (4 y 5*)
 +36,1% en la afluencia a ferias y congresos
 Madrid Málaga
- Incipientes acciones y líneas de trabajo para apoyar y poner en valor la oferta y atributos singulares e idiosincrásicos de los destinos**
 9/22 ponen en valor los comercios emblemáticos de la ciudad como parte diferencial de la experiencia turística
 Valencia

Resultados UrbanTUR 2022


Claves para su interpretación

El índice global de UrbanTUR resume la posición de cada ciudad en los 63 indicadores que lo componen y que reflejan los aspectos más relevantes que condicionan su competitividad turística.


La posición que ostenta cada ciudad en cada indicador, ámbito, pilar y ranking global es relativa respecto al resto de ciudades (la media =100). En esta ocasión se pueden comparar los resultados de cada ciudad con la anterior

edición de 2016 de UrbanTUR. La comparación es también relativa, por lo que el avance o el retroceso de cada destino depende a su vez del desempeño del resto de ciudades.


El análisis de la posición de cada ciudad debe realizarse en relación con aquellas de similar tamaño demográfico, situación geográfica, acervo cultural, configuración territorial y/o estructura económica, siendo el más determinante la población que la habita.




Capacidad de atracción de la oferta de productos de ocio




Condicionantes competitivos del entorno urbano y de la vida local



Accesibilidad y movilidad









Gobernanza y gestión estratégica









Desempeño, resultados económicos y sociales

R=Ranking Media=100 | ■ Grandes ciudades (POB >500 mil hab.) ■ Ciudades medias (POB < 500 mil hab. y > 200 mil hab.) ■ Ciudades pequeñas (POB < 200 mil hab.)

Ranking global y por pilares 2022 y comparativa vs 2016

	Ranking Global																				
	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016
Madrid	1	138,6		1	159,7		1	191,9		1	114,3		1	157,5		8	105,0		2	136,7	
Barcelona	2	136,0		2	156,7		2	146,6		5	105,9		2	132,2		2	130,3		1	149,9	
Valencia	3	113,5		3	115,6		4	102,2		11	100,8		6	108,2		1	130,7		6	106,4	
San Sebastián	4	107,0		7	100,2		14	90,8		2	108,6		20	85,6		3	121,9		4	119,9	
Sevilla	5	106,8		4	112,2		3	102,2		8	102,5		7	105,5		4	110,4		8	104,2	
Palma de Mallorca	6	106,7		10	97,2		6	96,2		14	99,7		3	125,8		10	99,0		3	130,0	
Málaga	7	101,4		8	99,3		7	95,6		10	101,9		4	110,8		11	98,7		7	105,0	
Bilbao	8	99,2		11	95,4		5	101,0		3	108,4		13	92,9		12	98,1		9	100,8	
Santiago	9	98,3		6	101,0		19	88,6		4	106,0		12	93,0		7	105,7		15	87,8	
Las Palmas	10	97,7		21	84,8		10	91,9		19	90,3		5	110,7		9	99,4		5	107,5	
Valladolid	11	95,9		16	87,3		11	91,7		13	99,7		11	96,3		6	106,0		18	84,1	
Gijón	12	95,1		18	86,4		9	94,3		16	98,4		22	80,1		5	106,5		12	93,8	
Córdoba	13	94,1		9	97,7		16	89,6		9	102,2		9	100,2		17	91,2		16	86,8	
Zaragoza	14	94,0		13	88,2		8	95,3		12	100,4		8	103,8		16	92,2		17	85,9	
Santander	15	92,4		20	85,8		18	88,7		6	103,2		15	88,1		14	93,3		11	94,3	
Granada	16	90,9		5	103,4		12	91,6		20	89,6		19	85,6		19	87,9		13	90,2	
Salamanca	17	90,5		15	87,4		20	88,3		7	103,0		17	87,5		15	92,3		20	82,9	
La Coruña	18	90,2		14	87,6		15	90,5		15	99,6		14	88,8		18	88,0		14	89,2	
Alicante	19	89,7		12	91,7		17	89,5		18	93,6		10	97,6		22	78,3		10	99,3	
Murcia	20	88,7		17	86,9		13	91,2		21	88,2		21	84,6		13	94,3		21	81,2	
Burgos	21	86,3		19	86,0		21	87,5		17	97,3		18	87,3		21	82,7		22	80,7	
León	22	86,1		22	84,4		22	86,6		22	86,6		16	87,6		20	87,0		19	83,4	

Ranking global y por pilares 2022 ordenado por tamaño de ciudades urbanTUR 2022 y comparativa vs 2016

	Ranking Global																				
	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016	R	Media	vs 2016
Madrid	1	138,6		1	159,7		1	191,9		1	114,3		1	157,5		8	105,0		2	136,7	
Barcelona	2	136,0		2	156,7		2	146,6		5	105,9		2	132,2		2	130,3		1	149,9	
Valencia	3	113,5		3	115,6		4	102,2		11	100,8		6	108,2		1	130,7		6	106,4	
Sevilla	5	106,8		4	112,2		3	102,2		8	102,5		7	105,5		4	110,4		8	104,2	
Málaga	7	101,4		8	99,3		7	95,6		10	101,9		4	110,8		11	98,7		7	105,0	
Zaragoza	14	94,0		13	88,2		8	95,3		12	100,4		8	103,8		16	92,2		17	85,9	
Palma de Mallorca	6	106,7		10	97,2		6	96,2		14	99,7		3	125,8		10	99,0		3	130,0	
Bilbao	8	99,2		11	95,4		5	101,0		3	108,4		13	92,9		12	98,1		9	100,8	
Las Palmas	10	97,7		21	84,8		10	91,9		19	90,3		5	110,7		9	99,4		5	107,5	
Valladolid	11	95,9		16	87,3		11	91,7		13	99,7		11	96,3		6	106,0		18	84,1	
Gijón	12	95,1		18	86,4		9	94,3		16	98,4		22	80,1		5	106,5		12	93,8	
Córdoba	13	94,1		9	97,7		16	89,6		9	102,2		9	100,2		17	91,2		16	86,8	
Granada	16	90,9		5	103,4		12	91,6		20	89,6		19	85,6		19	87,9		13	90,2	
La Coruña	18	90,2		14	87,6		15	90,5		15	99,6		14	88,8		18	88,0		14	89,2	
Alicante	19	89,7		12	91,7		17	89,5		18	93,6		10	97,6		22	78,3		10	99,3	
Murcia	20	88,7		17	86,9		13	91,2		21	88,2		21	84,6		13	94,3		21	81,2	
San Sebastián	4	107,0		7	100,2		14	90,8		2	108,6		20	85,6		3	121,9		4	119,9	
Santiago	9	98,3		6	101,0		19	88,6		4	106,0		12	93,0		7	105,7		15	87,8	
Santander	15	92,4		20	85,8		18	88,7		6	103,2		15	88,1		14	93,3		11	94,3	
Salamanca	17	90,5		15	87,4		20	88,3		7	103,0		17	87,5		15	92,3		20	82,9	
Burgos	21	86,3		19	86,0		21	87,5		17	97,3		18	87,3		21	82,7		22	80,7	
León	22	86,1		22	84,4		22	86,6		22	86,6		16	87,6		20	87,0		19	83,4	