

978-84-949553-2-7

THE
OSTELEA
SCHOOL OF
TOURISM &
HOSPITALITY

CIUDADES Y TURISMO URBANO: ¿UNA RELACIÓN INDESTRUCTIBLE?

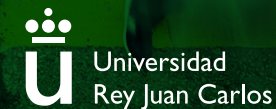
Miembro de:



Partners Académicos:



Universitat
de Lleida



Para citar este informe:

**MILANO, CLAUDIO (2019)
CIUDADES Y TURISMO URBANO:
¿UNA RELACIÓN INDESTRUCTIBLE?**

BARCELONA: OSTELEA SCHOOL OF TOURISM & HOSPITALITY.

Elaborado por:

Dr. Claudio Milano

Doctor en Antropología Social y Cultural por la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en Antropología Social y Cultural (Cultural Differences and Transnational Processes) por la Universidad Autónoma de Barcelona. Licenciado en Turismo en la Facultad de Economía de la Università degli Studi di Nápoles Federico II. Ha sido Investigador Visitante en la Université Lumière Lyon II (Francia) y en la Stockholm University (Suecia) y Profesor Invitado en la Universidade Federal de Piauí (Brasil), la Strathmore University de Nairobi (Kenya) y la University of Colombo (Sri Lanka). Ha trabajado como consultor de agencias internacionales en India, Chile, Perú, Senegal y Brasil y ha ocupado cargos en empresas del sector turístico, tales como Siyaram Holiday Makers (Siyaram Group) en la India.

Es miembro colaborador en varias redes de investigación antropológica y de turismo. Sus últimas coordinaciones de libros incluyen: "El turismo en el mundo rural ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?" en PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural con Jordi Gascón, "Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism" en CABI con Joseph M. Cheer y Marina Novelli y "Ciudad de Vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos" en Pol.len Edicions con José A. Mansilla. En 2018 ha sido miembro de un equipo de investigadores y consultores que recibieron financiación del Parlamento Europeo para estudiar el fenómeno del overtourism en Europa.

Coordinado por: *Dra. Maria del Pilar Leal Londoño*

Directora del Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea (IDITUR). Doctora Internacional en Planificación Territorial y Gestión ambiental por la Universidad de Barcelona.

CONTENIDO

01

RESUMEN EJECUTIVO

PÁG. 4

02

CONTEXTO GLOBAL

PÁG. 6

03

LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO URBANO EN ESPAÑA, FRANCIA E ITALIA

PÁG. 9

04

CONCLUSIONES

PÁG. 23

05

FUENTES DE INFORMACIÓN

PÁG. 26

CONOCE OSTELEA

*Ostelea es una
Escuela Universitaria
Internacional de
Management en
Turismo y Hospitality.*

OSTELEA es miembro de:



OMT
Organización Mundial
del Turismo



AEPT
Asociación Española de
Profesionales del Turismo



AEDH
Asociación Española
de Directores de Hotel



ATLAS
Association for
Tourism and Leisure
Education and
Research

**Barcelona
Turisme**



AFE
Asociación de Ferias
Española



One Planet Network



ITH
Instituto Tecnológico
Hotelero



AEHM
Asociación
Empresarial Hotelera
de Madrid

Somos una Escuela Universitaria Internacional de Management en Turismo y Hospitality.

Ostelea sitúa sus campus en las **principales ciudades de España, Barcelona y Madrid**, ubicación idónea para el estudiante de turismo, donde la ciudad actúa como un laboratorio de estudio y aporta una vivencia única y especial al estudiante. Recientemente hemos abierto **campus en Rabat (Marruecos)** por el interés estratégico de desarrollo del turismo que tiene el país. En el campus de Barcelona, Ostelea es centro adscrito a la Universitat de Lleida y en el campus de Madrid, cuenta como partner académico con la Universidad Rey Juan Carlos, aportando así titulación oficial en algunos de sus programas. En la formación integral en management turístico contamos con la alianza exclusiva de la escuela con **EAE Business School**, escogida como una de las mejores business school a nivel mundial. Tres partners académicos de lujo que brindan la triple titulación al alumno en toda nuestra oferta formativa. En Ostelea formamos en la excelencia con gran rigor académico a los futuros líderes, managers y profesionales del sector turístico desde una visión multicultural abierta al mundo internacional. **El 75% de nuestros alumnos son internacionales**, y más del 50% de nuestro claustro cuenta con experiencia profesional internacional, el cual combina su actividad docente con posiciones de responsabilidad en las principales compañías del sector turístico a nivel mundial. Todo ello aporta al estudiante una visión crítica, global e internacional del turismo. Residenciales en universidades como Babson College, Boston (USA), ESG UQAM (Québec, Canadá) y KEAN UNIVERSITY (NUEVA JERSEY, EUA) complementan la formación integral e internacional de aquel alumno que lo desee.

En Ostelea mantenemos una estrecha relación con el ecosistema empresarial. Consideramos que es la base de nuestros programas y actividad académicos. La sólida relación que mantenemos con el mundo empresarial nacional e internacional nos permite obtener información y conocimiento de las necesidades que requiere el sector y de las novedades del mismo, lo que luego se aplica en el aula. Esta buena relación ayuda a que el alumno tenga un mayor acceso al mercado laboral, ya sea realizando

prácticas o en la búsqueda de empleo o mejore su posición dentro de la empresa.

Más de 2.000 empresas del sector de Turismo y Hospitality colaboran con Ostelea. Hilton, American Express, Barceló Viajes, Lonely Planet y Turijobs son ejemplo de algunas de las compañías que forman parte de nuestra red.

Comprometidos con la innovación, la vinculación empresarial y entendiendo el tándem Alumno-Empresa como indisolubles y en el centro de nuestra atención, tenemos como misión contribuir al desarrollo económico, social y profesional de forma sostenible en la industria turística. Impulsamos el vínculo entre las empresas del sector entre sí y con Ostelea, para nutrir al mercado de nuevas soluciones. Muestra de ello son las diferentes Masterclass, Ciclos directivos, Encuentros de Profesionales del Turismo, Turismo a debate y el Ostelea Tourism Day, todos ellos eventos donde la implicación, dinamismo y expertise tienen encuentro entre la formación y profesionalización. Formamos parte de las principales asociaciones del sector: La **OMT (Organización Mundial de Turismo)**, Red Pacto Mundial, ITH (Instituto Tecnológico Hotelero), de la AEPT (Asociación Española de Profesionales de Turismo), la AEDH (Asociación Española de Directores de Hotel), y ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education and Research).

Año tras año programas de **Ostelea han sido reconocidos por Rankings Nacionales e Internacionales**. En el último año, el Máster en Gestión Internacional del Turismo (BCN) y el Máster de Organización de Eventos, Protocolo y Turismo de Negocios- MICE (BCN), han sido escogidos como los mejores en sus categorías a nivel internacional por el Ranking Eduniversal, y a nivel nacional por el Ranking El Mundo. Estos reconocimientos son los que nos animan a seguir trabajando en la misma línea, mejorando nuestros programas, creciendo en campus, en número de alumnos, e incorporando mayor actividad en la relación empresa-escuela.

*Para contactar
con el Departamento
de Comunicación*

Eva Buendía

ebuendia@ostelea.com

comunicacion@ostelea.com

Tel. 93 281 23 80

01

RESUMEN EJECUTIVO

01 RESUMEN EJECUTIVO

Las múltiples prácticas turísticas se desarrollan en diferentes escenarios y espacios turísticos. A partir de los años '80, en el marco del turismo internacional contemporáneo, el espacio urbano y las ciudades empiezan a desempeñar un rol protagónico. Desde entonces, se ha empezado a observar una paulatina turistificación de las ciudades y una misma urbanización de la experiencia turística. Es decir, las ciudades se han vuelto atractivas y escénicas. Utilizando una expresión anglófona, la ciudad desde location ha pasado a ser una destination. En este sentido, la denominada urbanización del turismo (Mullins, 1997) es descrita como el momento en que las ciudades se construyen entorno a la oferta y al consumo de una gran variedad de bienes y servicios de diversión, placer, relajación y recreación y no exclusivamente de necesidades básicas como la vivienda, el cuidado de la salud y la educación. Este cambio emblemático en la economía política de las ciudades ha sido descrito también como el salto de una estructura económica basada en el liberalismo embrizado hacia un giro neoliberal fundamentado en transformaciones regulatorias que han significado una reestructuración espacial y simbólica de las ciudades contemporáneas (Harvey, 2007). Es en este marco, que es necesario entender el boom del turismo urbano y de la propia ciudad como atractivo turístico.

A partir de este apunte histórico, será más fácil comprender cómo las ciudades se han vuelto turísticas gracias a diferentes productos urbanos que han ido evolucionando y conformando el actual segmento de mercado denominado "citybreak". Esta última definición es descrita en el diccionario Collins como una "breve vacación en una ciudad". Esta tendencia en el sector turístico internacional ha crecido gracias también a la revolución de los transportes y el sector del transporte aéreo. Este cambio, que podríamos también denominar para el contexto europeo "Revolución Ryanair", ha fomentado una democratización y disminución de los costes de movilidad entre ciudades. Este último cambio de

rumbo ha permitido no solamente que las capitales europeas entrasen con fuerza en las listas de deseos y de las motivaciones turísticas, sino también que ciudades y centro urbanos fuera de los circuitos turísticos más trillados empezasen a entrar en la mira de las motivaciones turísticas internacionales

Portanto, actualmente resulta de vital importancia para los policymakers alimentar el debate político sobre la gestión de las ciudades turísticas contemporáneas y, por ello, orientar la planificación urbana hacia nuevos modelos de gobernanza y de convivencia entre los diferentes usuarios y fuerzas que actúan en la ciudad contemporánea: flujos turísticos, residentes temporales, estudiantes internacionales, commuters y residentes permanentes. Por todo ello, el presente reporte se centrará en la evolución del actual turismo urbano a partir del análisis de ciudades de tres países turísticos de Europa: España, Francia e Italia.

02

CONTEXTO GLOBAL

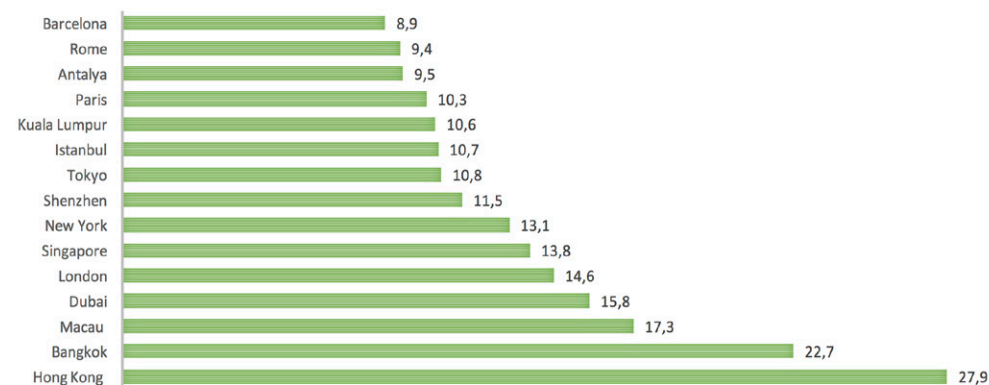
Según la World Travel & Tourism Council el turismo en las ciudades representa el **45% del turismo internacional global**. Asimismo, el 54% de la población mundial vive en centros urbanos y ciudades y, en el 2050, se prevé que este número aumente hasta el 68%. Por ello, los efectos que el turismo puede tener para la vida urbana es un fenómeno extremadamente importante de observar (WTTC, 2018).

La revista científica “*Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*” publicó en 2018 un número especial dedicado a la planificación del turismo urbano en ciudades europeas con foco en la presión turística, a la planificación y al patrimonio. En este número se analizaban varios casos emblemáticos tales como el **ocio nocturno** en el barrio de la Barceloneta, la **gourmetización** de mercado de producto fresco como la Boqueria en Barcelona, la **evolución de Berlín** como ciudad turística, las **transformaciones urbanas** de París, el desarrollo del **sector del hospitalidad** en Praga y Lisboa, la relación entre **planificación, desarrollo urbano y nuevas tendencias** del turismo internacional en Budapest y la planificación de algunas ciudades patrimoniales en Macedonia. El turismo en las ciudades es un fenómeno en plena transformación que requiere nuevos modelos de gestión y planificación y, por tanto, se presenta como una prioridad para las agendas políticas de las ciudades internacionales.

A continuación, observamos algunas entre los principales **15 destinos urbanos turísticos** del mundo. Entre las ciudades europeas aparecen una española y otra italiana, Roma y Barcelona ([ver gráfico 1](#)).

GRÁFICO 1

Los principales 15 destinos turísticos internacionales en 2017 (Número de visitantes internacionales – en millones)



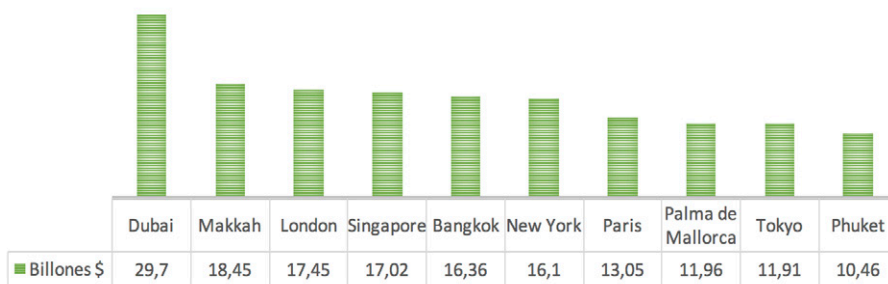
Fuente: WTTC, 2018

Entre las ciudades más visitadas del mundo encontramos varios centros urbanos asiáticos. En este primero gráfico aparecen también algunas ciudades europeas tales como Londres, Estambul, París, Antalya, Roma y Barcelona. Sin embargo, las ciudades asiáticas representan una realidad en aumento respecto a llegadas turísticas. De todas formas, no siempre un mayor número de visitas representa mayor densidad, así como también, mayor gasto no siempre significa mayores llegadas o pernoctaciones. En el siguiente gráfico puede observarse que, la ciudad de Dubái, a pesar de no ser la ciudad que más visitantes registra, destaca respecto al gasto turístico. Por último, al contrario de París, cabe mencionar que Roma y Barcelona a pesar de aparecer como

los principales destinos turísticos internacionales, no aparecen entre las primeras ciudades con gasto turístico. Entre estas últimas, la única ciudad española es Palma de Mallorca.

GRÁFICO 2

Gasto turístico en los 10 destinos turísticos más visitados en 2017 (Billones de dólares)

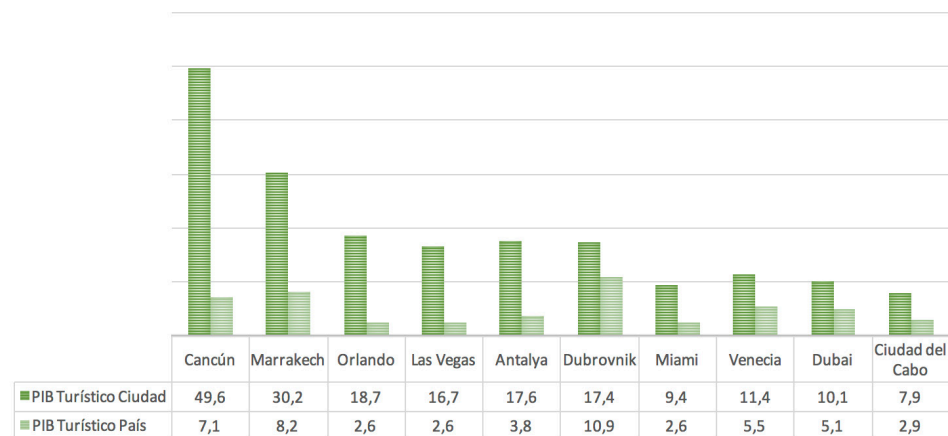


Fuente: Mastercard, 2018

Respecto al gasto turístico, no todas las ciudades que aparecen en el [Gráfico 2](#). Son renombradas ciudades turísticas. Además, hay algunas ciudades turísticas que presentan un alto PIB turístico respecto al mismo que registra el país ([Gráfico 3](#)). A modo de ejemplo, hay algunas ciudades que a pesar de no registrar las mayores llegadas turísticas registran un PIB turístico muy elevado comparado con el mismo PIB turístico del país. Entre estas ciudades se pueden observar Cancún, Marrakech y Orlando. De los dos países foco de este reporte solo aparece la ciudad de Venecia.

GRÁFICO 3

Ciudad con mayor generación de PIB turístico respecto al PIB turístico del país



Fuente: WTTC, 2018

Según la Organización Mundial del Turismo (2012), el desarrollo turístico y las ciudades se necesitan recíprocamente. En el presente sistema económico, esta relación parece ser simbiótica. Por un lado, el turismo necesita promocionar las ciudades como destinos turísticos claves para el sector a nivel internacional, por el otro, las ciudades necesitan del sector turístico para lograr sus objetivos económicos de desarrollo territorial. De una parte, el turismo para las ciudades puede generar beneficios tales como vitalidad y dinamismo, patrones y cambios a sus paisajes, relaciones y conexiones entre personas, impulsar empleo, ingresos y mantenimiento de las infraestructuras y servicios públicos. De la otra, el turismo ha producido muchas transformaciones que han cambiado

la propia vida urbana. De hecho, la excesiva dependencia del turismo en contextos urbanos no ha estado exenta de controversias respecto a las transformaciones que, junto también a la revolución digital y a la economía *peer to peer*¹, ha producido en las ciudades².

¹La economía *peer to peer* es un modelo que se enmarca dentro de la economía colaborativa y que prevé, en principio, transacciones entre personas y usuarios. Este modelo económico no ha quedado exento de críticas por la ausencia de regulaciones fiscales en materia, la competencia desleal y la precarización laboral.

²A este propósito desde el centro IDITUR de Ostelea se han realizado otros reportes que abordan estas temáticas tales como: Plataformas de Economía Colaborativa: Una Mirada Global publicado y Tendencias en Viajes: "Live Like A Local" y Saturación Turística en 2018.



03

LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO URBANO EN ESPAÑA, FRANCIA E ITALIA

En la reciente publicación del libro “*Tourism in the City. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*” dedicado a los desafíos contemporáneos del turismo urbano se alerta sobre la necesidad de los **modelos tradicionales de gestión y planificación turística de adaptarse** a las nuevas realidades, cuantitativas y cualitativas, de desarrollo económico (Bellini y Pasquinelli, 2016). A continuación, se observarán que los tres países que se analizan en el presente informe son entre los más visitados de la Unión Europea según la Organización Mundial del Turismo. Italia es el país que ha registrado el mayor incremento entre el 2016 y el 2017 con un 11,2 %, España un 8,6% y Francia un 5,1%.

TABLA 1

Países de la Unión Europea más visitados

Países	2010	2016	2017	Cuota de incremento % 2016/2017
Francia	77.648	82.700	86.918	5,1
España	52.677	75.315	81.786	8,6
Italia	43.626	52.372	58.253	11,2
Reino Unido	28.296	35.814	37.651	5,1
Alemania	26.875	35.595	37.452	5,2

Fuente: OMT, 2018

A partir de estos datos, el presente reporte observará el desarrollo turístico de las ciudades de los tres países que reciben más turistas en la Comunidad Europea. Entre las ciudades de dichos países que destacan respecto a llegadas turísticas encontramos Paris, Barcelona y Roma.

3.1. El turismo urbano en España

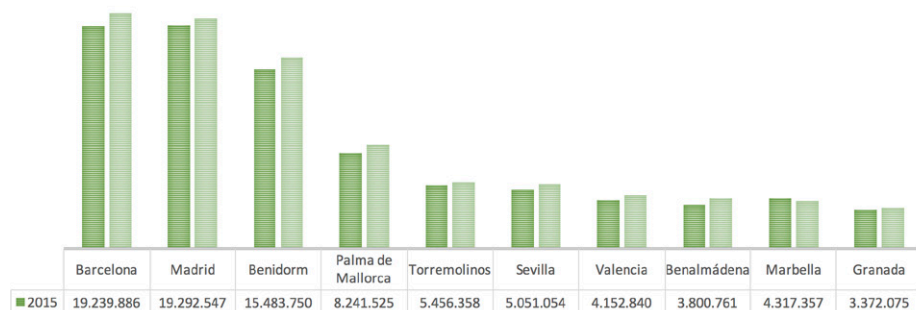
Actualmente, definir el turismo urbano es tarea compleja debido al múltiple entramado de agentes que actúan y consumen la ciudad. Sin duda, los visitantes que acuden a espacios urbanos están visitando las ciudades con un objetivo de ocio, de negocios, de conferencias, de compras y/o de visitas de amigos y parientes. En España, según los Indicadores Urbanos (edición 2018) del Instituto Nacional de Estadística de todos los municipios mayores



de 20.000 habitantes, **Barcelona es la ciudad más visitada de España**. Como se puede constatar en el [Gráfico 4](#), los números de pernoctaciones han aumentado entre las 10 ciudades más turísticas de España entre el 2016 y el 2017.

GRÁFICO 4

Ciudades más visitadas en España según número de pernoctaciones turísticas

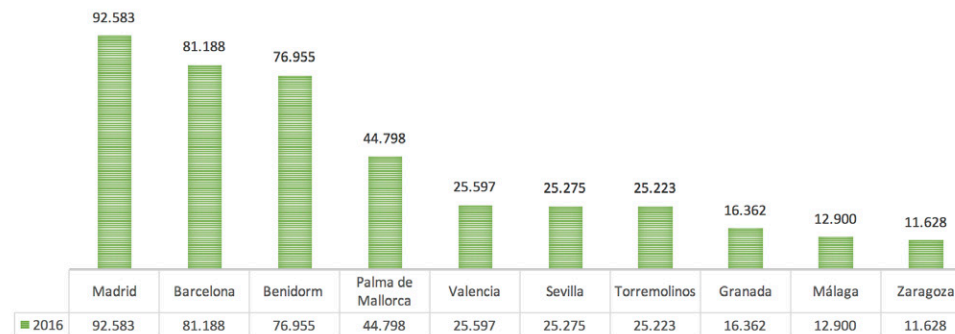


Fuente: INE, 2018

Asimismo, la planta hotelera de las ciudades españolas ([ver gráfico 5](#)) muestra una mayor disponibilidad justamente en las ciudades más visitadas como Barcelona, Madrid, Benidorm y Palma de Mallorca. De estas, Benidorm es conocida por su modelo turístico basado en el **desarrollo inmobiliario**, la urbanización de megaproyectos residenciales y el turismo estacional de sol y playa (Ivars-Baidal, Rodríguez-Sánchez & Vera-Rebollo, 2013).

GRÁFICO 5

Número de plazas en alojamientos turísticos en ciudades españolas



Fuente: Eurostat, 2018

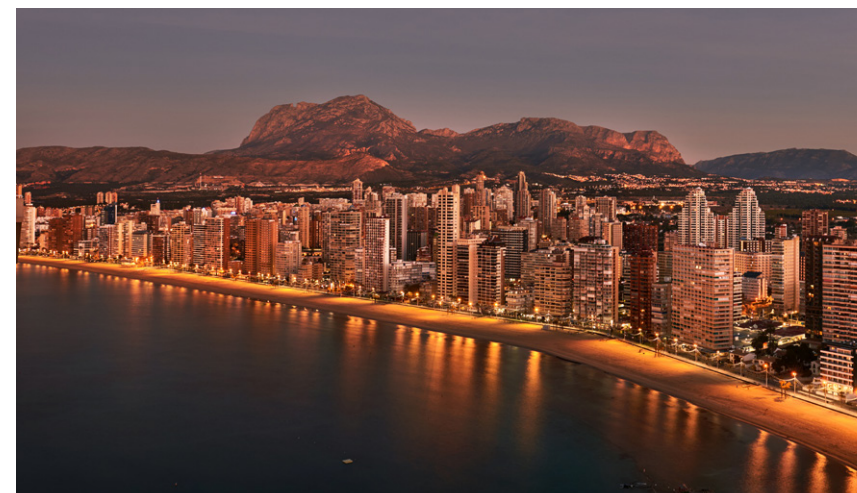
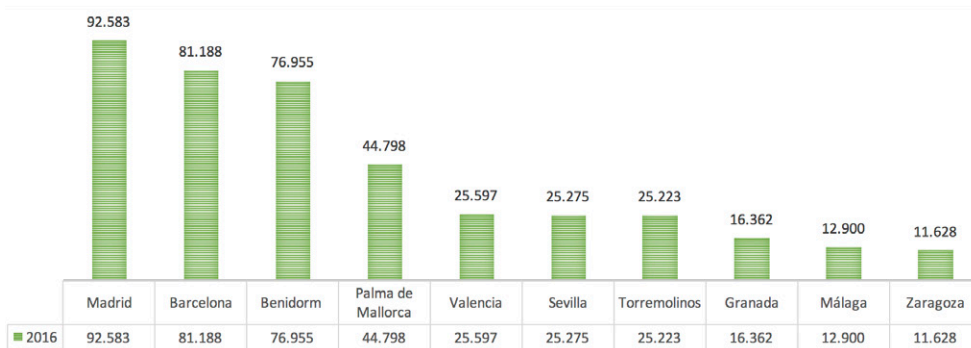


GRÁFICO 6

Pernoctaciones en alojamientos turísticos por población residente en 2016



Fuente: Eurostat, 2018

De estas ciudades algunas registran más pernoctaciones turísticas que otras en relación a la población residente. Este es el caso de Torremolinos (Gráfico 6), destino de sol y playa del litoral andaluz muy conocido por su segmento y oferta de **turismo residencial** (Mellado, 2003). Es interesante observar como las dos ciudades más turísticas de España, **Barcelona y Madrid**, no registran una densidad alta respecto a pernoctaciones y población residente.

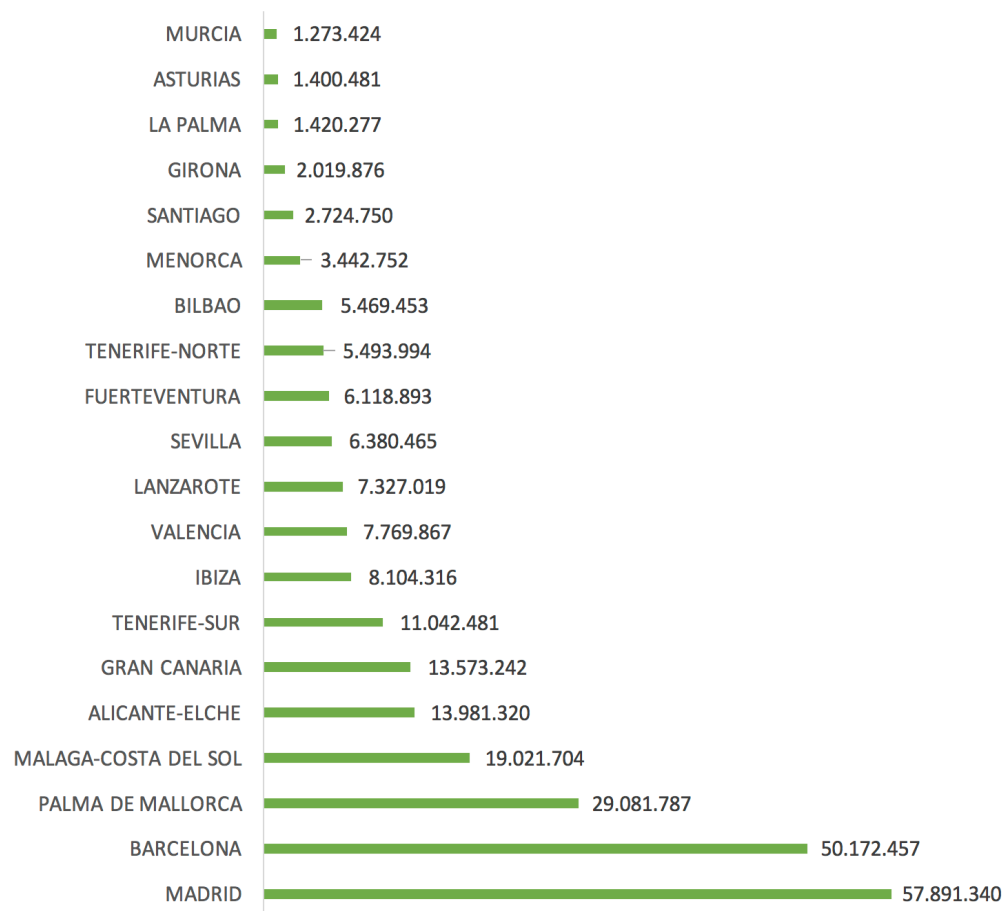
A respaldar estos datos estadísticos, y para un mayor análisis el desarrollo del turismo urbano en España, resulta de interés observar el tráfico de pasajeros de los mayores aeropuertos españoles. En el Gráfico 7 podemos observar que ciudades como Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca son los aeropuertos que más tráfico registran.

Además, es de destacar el incremento del tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles desde el 2017 en casi todos los casos excepto Alicante, Sevilla y Asturias (Tabla 2). La tabla muestra el continuo incremento en la movilidad y el tráfico aeroportuario en las ciudades españolas.



GRÁFICO 7

Tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles



Fuente: AENA, 2018

TABLA 2

Incremento porcentual de tráfico pasajeros en los principales aeropuertos españoles 2017/2018

AEROPUERTOS	INCREMENTO % DESDE 2017
MADRID	8,4%
BARCELONA	6,1%
GRAN CANARIA	4,0%
MALAGA-COSTA DEL SOL	2,1%
TENERIFE-SUR	2,0%
PALMA DE MALLORCA	3,7%
ALICANTE-ELCHE	-1,8%
LANZAROTE	2,5%
VALENCIA	15,2%
SEVILLA	-0,8%
FUERTEVENTURA	24,9%
TENERIFE-NORTE	1,2%
BILBAO	16,7%
SANTIAGO	10,0%
IBIZA	0,2%
LA PALMA	3,0%
FGL GRANADA-JAEN	3,8%
A CORUÑA	9,0%
ASTURIAS	-0,5%
MENORCA	6,4%

Fuente: AENA, 2018

Asimismo, el turismo en las ciudades españolas es un segmento promocionado también por organismos tales como el Turespaña. A tal propósito, Turespaña promociona el turismo urbano y las ciudades españolas destacando su fama, su encanto y, en algunos casos, su cercanía a la costa. Entre estas, destaca ciudades tales como:

- Barcelona
- Bilbao
- Madrid
- Málaga
- Palma
- Sevilla
- Valencia

Asimismo, entre otras ciudades se mencionan Santiago de Compostela y Zaragoza. Además, entre los destinos españoles del 2018 promocionados por Turespaña, el portal Tripadvisor, en su premio Travellers' Choice 2018 identifica las ciudades más populares a nivel turístico de la península que se señalan a continuación (ver tabla 3):

Además, el mismo portal destaca entre los destinos emergentes europeos un destino urbano español: la ciudad de Cádiz. Por último, el mismo portal de Tripadvisor destaca las mejores experiencias de turismo urbano en España tal y como se puede observar en la tabla 4.

TABLA 3

Tripadvisor Travellers' Choice 2018 ciudades españolas

1. Barcelona
2. Mallorca
3. Tenerife
4. Gran Canaria
5. Fuerteventura
6. Madrid
7. Lanzarote
8. Ibiza
9. Sevilla
10. Menorca

Fuente: Tripadvisor, 2018

TABLA 4

Mejores experiencias de turismo urbano en España según Tripadvisor

1. Barcelona: tour en bicicleta de medio día
2. Excursión en Barcelona a la Sagrada Familia, el Parque Güell y La Pedrera
3. Excursión en autobús con paradas libres por la ciudad de Barcelona Ruta de este a oeste
4. Excursión en autobús con paradas libres por Madrid
5. Excursión en autobús con paradas libres por la ciudad de Barcelona
6. Noche flamenca en el Tablao Cordobés
7. Visita a la Alhambra y los jardines del Generalife
8. Excursión de un día a Ávila y Segovia desde Madrid
9. Excursión de un día a Granada desde Sevilla, con entrada sin colas al Palacio de la Alhambra y un recorrido a pie opcional por el Albaicín
10. Excursión a Toledo y Segovia desde Madrid

Fuente: Tripadvisor, 2018

El turismo urbano y las ciudades como atractivos ofrecen diferentes motivaciones. Las motivaciones culturales son y, han sido, casi siempre las prioritarias. Sin embargo, el segmento del turismo de negocios ha acaparado

mucho mercado en el marco del turismo urbano. A este propósito, en el último informe de Exceltur (2019) se destaca que el turismo de negocios ha crecido de forma notable en 2018 y ha impulsado ventas y resultados de empresas de transporte, alquiler de coches y hoteles urbanos. A modo de ejemplo, los viajes por motivos de negocio han crecido un +4,9% y el gasto un +3,8% en España. Además, en el mismo informe se señala que el positivo balance del turismo urbano también se ha visto reflejado con el incremento de las empresas de ocio (+3,6%) y los hoteles de ciudad (+2,9%). Por último, se señala que entre los principales factores que han determinado el aumento de ingresos por turismo extranjero en España, se sitúa los flujos turísticos en contextos urbanos y tres factores en particular (Exceltur, 2019, p. 9):

1. Renovación de negocios de los distintos subsectores de la cadena de valor turística (alojamiento, restauración, comercio, transporte y ocio) de destinos urbanos y vacacionales y su correspondiente traslación a los precios gracias al acceso a un turista de mayor gasto.
2. Atracción de turistas de mercados de mayor gasto en destino por la multiplicación de conexiones aéreas.
3. Pérdida de cuota de mercado hacia los países del Mediterráneo Oriental de parte de los segmentos de turistas más sensibles al precio.

En este marco, se prevé que los destinos urbanos españoles crecerán en cuota de mercado y en llegadas internacionales en comparación con los destinos litorales debido también a la recuperación de posicionamiento de los destinos del Mediterráneo Oriental.

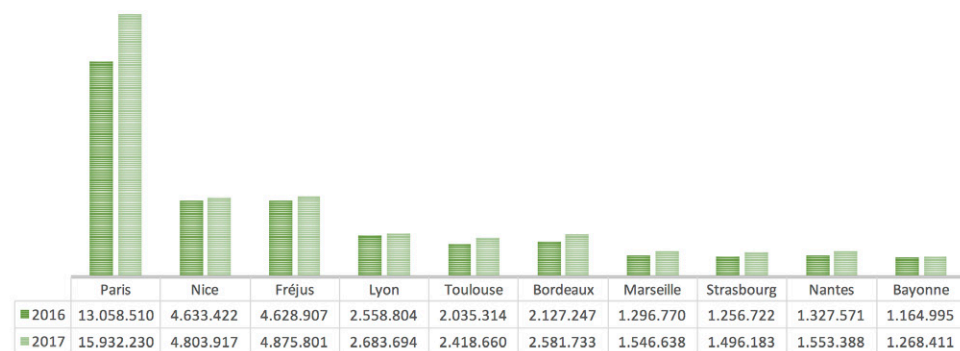
3.2. El turismo urbano en Francia

El turismo internacional en Francia lleva años liderando las llegadas turísticas

de Europa. Las ciudades francesas han tenido antaño un papel protagónico en el mercado del turismo cultural gracias a su patrimonio histórico, galerías de arte, su tradición vitivinícola, sus atractivos naturales y sus castillos medievales. Entre todas las ciudades del país, en el ámbito del turismo urbano destaca la Ciudad de la Luz, es decir su capital París. En el **Gráfico 8**, se puede apreciar como la capital francesa destaca por ser la ciudad más turística y, también, por registrar un gran aumento en el número de pernoctaciones entre el año 2016 y el 2017.

GRÁFICO 8

Ciudades más visitadas en Francia según número de pernoctaciones



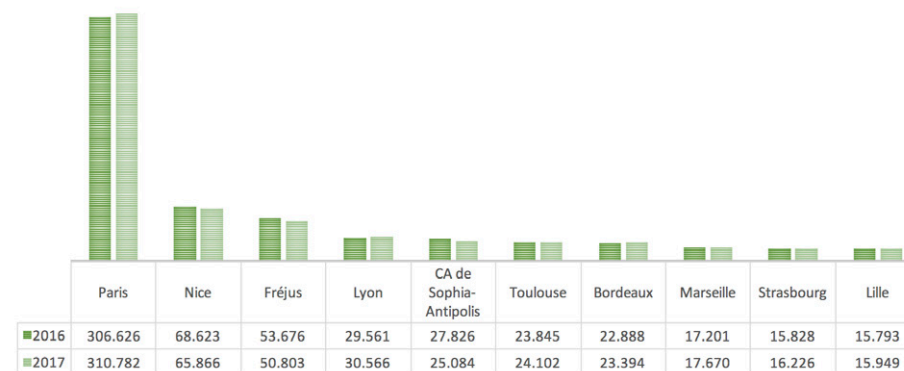
Fuente: Eurostat, 2018

Entre las 10 ciudades más turísticas de Francia se situaría sin lugar a duda Cannes. Sin embargo, las estadísticas del Eurostat solo registran las pernoctaciones del año 2016 (2.491.900) sin presentar la evolución del

año posterior. A continuación, el **Gráfico 9**, se puede observar el número de plazas en alojamientos turísticos en ciudades francesas. También en este caso, destaca la capital París por encima de todos los otros destinos urbanos del país. Así como para el caso anterior, la ciudad de Cannes no figura en el gráfico. En las estadísticas del Eurostat solo se presentan los datos del 2017 de 18.856 números de plazas en alojamientos turísticos.

GRÁFICO 9

Número de plazas en alojamientos turísticos en ciudades francesas



Fuente: Eurostat, 2018

A pesar de la gran diferencia entre las llegadas turísticas y el número de plazas en alojamientos turísticos entre París y otras ciudades francesas cabe observar otros destinos urbanos franceses (ver [tabla 5](#)). Entre los destinos franceses del 2018, el portal Tripadvisor, en su premio Travellers' Choice 2018 galardonó la capital París. Si bien la mayoría de destinos de la categoría

son urbanos, en el segundo lugar encontramos la isla de Córcega.

TABLA 5

Tripadvisor Travellers' Choice 2018 ciudades franceses

1. París	6. Estrasburgo
2. Córcega	7. Marsella
3. Niza	8. Carcassone
4. Lyon	9. Cannes
5. Burdeos	10. Chamonix

Fuente: Tripadvisor, 2018

Además, en el mismo portal se destacan las mejores experiencias de turismo urbano en Francia. En la [tabla 6](#) se puede observar que, entre las mejores experiencias a realizar en Francia según Tripadvisor, la mayoría de ellas está directamente relacionada con el destino París.

TABLA 6

Mejores experiencias de turismo urbano en Francia según Tripadvisor

1. Visita a pie a las catacumbas de París en grupo pequeño
2. Visita al Museo del Louvre incluida la Venus de Milo y la Mona Lisa
3. Cena y espectáculo en el Moulin Rouge de París
4. Escapada de un día a las playas del desembarco de Normandía con cementerio americano y almuerzo opcional
5. Escapada de un día a Mont Saint-Michel desde París
6. Excursión de un día al Palacio de Versalles y Giverny desde París con almuerzo
7. Visita turística de un día a París
8. Escapada de un día para grupos pequeños a Mónaco y Eze desde Niza
9. Excursión de un día en grupo a la campiña de la Provenza
10. Excursión de un día por la Riviera Francesa desde Niza

Fuente: Tripadvisor, 2018

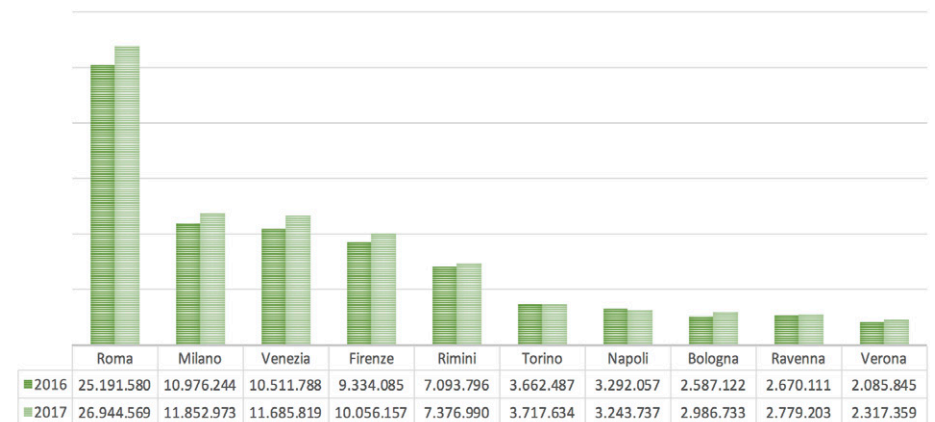
Entre las experiencias señaladas por el portal Tripadvisor, las escapadas y las excursiones son las más populares. Asimismo, las rutas culturales, así como también los entornos naturales caracterizan muchas de las experiencias turísticas recomendadas en los destinos franceses. En el contexto europeo, los destinos turísticos italianos han tenido antaño muchas características comunes a los destinos franceses. Desde el mismo Grand Tour, los itinerarios de estos dos países han estado estrictamente relacionados y representan los antecesores del turismo urbano y cultural moderno del viejo continente. A continuación, observaremos la evolución de algunos destinos urbanos italianos.

3.3. El turismo urbano en Italia

Desde el llamado Grand Tour y el libro de Richard Lassels, Voyage d' Italie, el destino turístico Italia ha sido reconocido por atractivos culturales y sus ciudades artísticas. Actualmente, la ciudad más visitada es su capital **Roma** (ver gráfico 10). Con casi 27 millones de turistas, Roma es el principal destino turístico de Italia (con el 6,4% del total nacional) seguidas por Milán, Venecia (ambas con el 2,8%), Florencia (2,4%) y Rímini (1,8%) (Istat, 2018).

GRÁFICO 10

Ciudades más visitadas en Italia según número de pernoctaciones

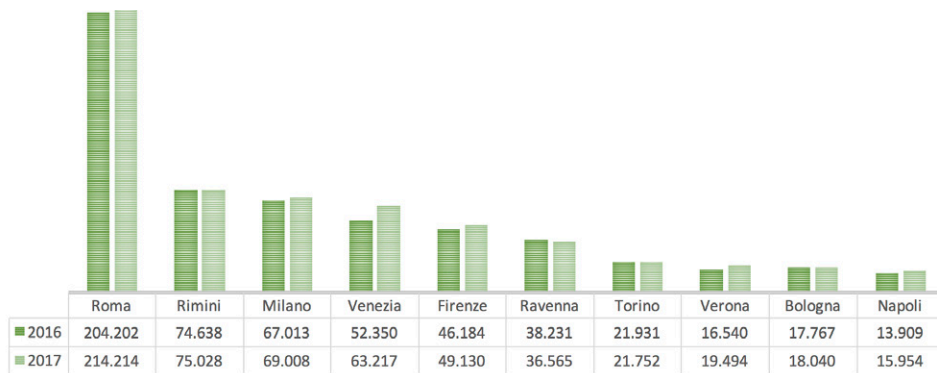


Fuente: Eurostat, 2018

Asimismo, las pernoctaciones en alojamientos turísticos muestran una tendencia en crecimiento de las ciudades más visitadas del país (ver gráfico 11). Sin embargo, un destino urbano, marcado por su destacada oferta de sol y playa, Rímini, representa una gran oferta de alojamientos turísticos. Rímini se sitúa en la costa adriática y ha sido objeto de diferentes análisis sobre políticas de desestacionalización basadas en la oferta cultural (Figini & Vici, 2012), con el objetivo de fomentar el turismo fuera de temporada y dejar de ser un destino muy marcado por el turismo estacional (Conti & Perelli, 2007).

GRÁFICO 11

Número de plazas en alojamientos turísticos en ciudades italianas

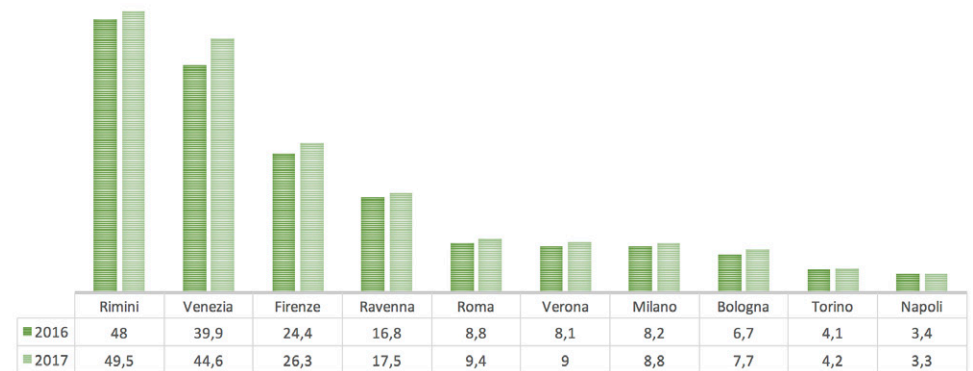


Fuente: Eurostat, 2018

Si observamos las pernoctaciones en alojamientos turísticos en proporción a la población residente hay dos ciudades que destacan (ver gráfico 12). Por un lado, encontramos la ciudad de **Rimini** como alta densidad y proporción entre visitantes y residentes y, por el otro, la ciudad de **Venecia** con su oferta cultural. No sorprende que **Venecia** presente una alta densidad que ha sido descrita como un “círculo vicioso” entre aumento de visitantes, despoblamiento de población residente en el centro histórico y la pérdida de atractivo a nivel cultural y patrimonial (Russo, 2002).

GRÁFICO 12

Pernoctaciones en alojamientos turísticos por población residente



Fuente: Eurostat, 2018

Si dejamos de lado el aumento de llegadas turísticas y la oferta de alojamiento turístico, vale la pena observar que las ciudades más visitadas y con mayor oferta de alojamientos también representan las más promocionadas en el portal Tripadvisor. A modo de ejemplo, así como para el caso español, entre los mejores destinos italianos del 2018 del premio Travellers' Choice 2018 de Tripadvisor encontramos los más populares destinos urbanos liderados por la su capital Roma (Ver Tabla 7).

TABLA 7

Tripadvisor Travellers' Choice 2018 ciudades italianas

1. Roma	6. Milán
2. Florencia	7. Isla di Ischia
3. Venecia	8. Nápoles
4. Sorrento	9. Cervia
5. Rímini	10. Positano

Fuente: Tripadvisor, 2018

Cabe señalar que entre los destinos emergentes europeos sugeridos por el portal Tripadvisor también se sugiere un destino urbano italiano: la ciudad de Catania. Por último, también para el caso de Italia el mismo portal entre las **10 mejores experiencias en Italia** promociona varias actividades turísticas a desarrollarse en contextos urbanos (Véase Tabla 8). Para el caso italiano solo algunas actividades sugeridas por el portal Tripadvisor se refieren directamente a experiencias a desarrollarse en contextos urbanos.

Así como también para el caso español, el segmento de turismo de negocio en Italia ha sido fundamental para seguir incrementando las llegadas turísticas en las ciudades. En la siguiente tabla, se presenta como la mayoría de las actividades de **turismo de negocio** corresponden a congresos, seminarios y reuniones de negocio que han registrado un incremento entre el 2016 y el 2017.

TABLA 8

Mejores experiencias de turismo urbano en Italia según Tripadvisor

1. Clase de cocina y almuerzo en Toscana con tour por el mercado local de Florencia
2. Experiencia al Vaticano: desayuno al Vaticano con acceso a los Museos Vaticanos y la Capilla Sixtina
3. Ruta turística en Toscana
4. Excursión a Cinque Terre desde Florencia
5. Tour para pequeños grupos con acceso a los Museos Vaticanos con Basílica de San Pietro y Capilla Sixtina
6. Tour de la antigua Roma y del Coliseo: tour subterráneo
7. Tour en los Alpes Suizos desde Milán
8. Tour de un día en el Lago de Como desde Milán
9. Excursión al Vesubio y Pompeya desde Nápoles
10. Visita Turística a Milán con Visita a "La última cena" de Da Vinci

Fuente: Tripadvisor, 2018

A pesar de su reconocido valor cultural, los destinos urbanos italianos siguen registrando un aumento en las llegadas turísticas. Ciudades que recién emergen en el panorama turístico internacional como Nápoles y Catania y, segmentos como el turismo de congresos están proyectando las ciudades italianas hacia nuevos retos y desafíos. A nivel internacional e institucional, el debate de este segmento de mercado ha registrado también la atención de la Organización Mundial de Turismo (OMT), institución que en 2018 llevó a cabo la Conferencia “City Breaks: Generando experiencias turísticas innovadoras”. La conferencia tuvo como objetivo, intercambiar experiencias y perspectivas sobre el potencial del turismo urbano internacional, así como también trazar los nuevos retos y desafíos de colaboración público-privada que prioricen la gobernanza del turismo en contextos urbanos.

Asimismo, los nuevos retos del turismo urbano en países como España, Francia e Italia pasarán por aspectos tales como:

1. Replantear la movilidad urbana
2. Asegurar la convivencia entre los diferentes actores y grupos sociales que viven la ciudad
3. Disminuir los efectos de la contaminación del sector del turismo de cruce-ro en ciudades del sur de Europa
4. Reglamentar el sector de los alojamientos turísticos extra-hoteleros
5. Garantizar empleos dignos en el sector tales como guías, acompañadores y los trabajos en limpieza y mantenimiento en los establecimientos hoteleros
6. Poner en marcha procesos participativos de gobernanza turística para la planificación, gestión y monitoreo de las modelos de ciudad del presente y del futuro.

TABLA 9

Motivos se viajes de negocios en ciudades italianas

MOTIVOS DE VIAJES DE NEGOCIO	2016	2017
Congresos y seminarios	15,1	21,3
Reuniones de negocio	13,5	12,1
Ferias y exposiciones	5,1	10,0
Misión militar	14,1	17,3
Agentes comerciales, venta, instalaciones, reparaciones	12,6	12,0
Actividades culturales artísticas y religiosas	4,6	7,9
Docencia y educación	2,2	1,5
Cursos de idiomas y formación profesional	7,2	5,3
Actividades de construcción y/o artesanado	4,7	1,7
Otros motivos	20,9	10,9
TOTAL	100%	100%

Fuente: Istat, 2018.

04

CONCLUSIONES

01

El turismo en las ciudades y en los centros urbanos conforman el contemporáneo segmento de “citybreak”.

02

Actualmente el debate político sobre la gestión de las ciudades turísticas contemporáneas se ha vuelto de vital importancia para los policymakers.

03

Entre los principales 15 destinos turísticos internacionales en 2017 hay tres ciudades asiáticas: Hong Kong, Bangkok y Macau.

04

Las ciudades más visitadas de España en 2017 han sido Barcelona, Madrid, Benidorm y Palma de Mallorca.

05

Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca son las ciudades más turísticas de España y sus aeropuertos así lo reflejan puesto que registraron el mayor tráfico aéreo en el 2017.

06

Los viajes por motivos de negocio están representando uno de los segmentos en auge del segmento de turismo urbano. En España, este último, ha crecido un +4,9% y el gasto un +3,8%.

07

París, conocida como la Ciudad de la Luz, es la más turística de Francia y ha registrado un gran aumento de llegadas de turistas internacionales entre el año 2016 y el 2017.

08

Con casi 27 millones de turistas, Roma es el principal destino turístico de Italia (con el 6,4% del total nacional).

09

Entre los centros urbanos más turísticos de Italia, Rímini y Venecia registran la más alta densidad de número de plazas en alojamiento turístico por población residente.

05

FUENTES DE INFORMACIÓN

- AENA (2018). Estadísticas de tráfico aéreo. <http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home>
- Bellini, N., & Pasquinelli, C. (Eds.). (2016). *Tourism in the City: Towards an integrative agenda on urban tourism*. Springer.
- Conti, G. & Perelli, C. (2007). Governing tourism monoculture: Mediterranean mass tourism destinations and governance networks. In Burns, P. & Novelli, M. *Tourism and politics: Global frameworks and local realities*, (pp. 235-261). Elsevier.
- Eurostat (2018). Culture and tourism - cities and greater cities. Link: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/product?code=urb_ctour
- Exceltur (2019). *Perspectivas Turísticas. N° 67, Valoración turística empresarial de 2018 y perspectivas para 2019*.
- Figini, P., & Vici, L. (2012). Off-season tourists and the cultural offer of a mass-tourism destination: The case of Rimini. *Tourism Management*, 33(4), 825-839.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo (No. 49)*. Ediciones Akal.
- Instituto Nacional de Estadística (2018). *Indicadores Urbanos Edición 2018. Nota de Prensa, 14 de junio de 2018*. Link: http://www.ine.es/prensa/ua_2018.pdf
- Istat (2018). *Movimento Turistico In Italia, Anno 2017. Statistiche Report, 27 de Noviembre, 2018*. Link: <https://www.istat.it/it/files//2018/11/report-movimento-turistico-anno-2017.pdf>

- Ivars-Baidal, J., Rodríguez-Sánchez, I., & Vera-Rebollo, J. F. (2013). The evolution of mass tourism destinations: New approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain). *Tourism Management*, 34, 184-195.
- Mastercard (2018). Big Cities, Big Business: Bangkok, London and Paris Lead the Way in Mastercard's 2018 Global Destination Cities Index. Nota de Prensa, 25 de septiembre, 2018. Link: <https://newsroom.mastercard.com/press-releases/big-cities-big-business-bangkok-london-and-paris-lead-the-way-in-mastercards-2018-global-destination-cities-index/>
- Mellado, P. R. (2003). El turismo residencial en el litoral andaluz. *Estudios turísticos*, 179-196.
- Mullins, P. (1991). Tourism urbanization. *International journal of urban and regional research*, 15(3), 326-342.
- Organización Mundial del Turismo (2012). Global Report on City Tourism - Cities 2012 Project. Madrid: OMT
- Organización Mundial del Turismo (2018). Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2017. Madrid: OMT.
- Russo, A. P. (2002). The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165-182.
- WTTC (2018). *City Travel & Tourism Impact 2018*.



+34 900 494 877

WWW.OSTELEA.COM

Campus Barcelona

C/ Aragó, 28 - 08015

Campus Planeta

Formación y Universidades (PFU)

Avda. Josep Tarradellas i Joan 171-177,
08901 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)

Campus Madrid

C/ Príncipe de Vergara, 108 - 28002

Campus Rabat

Avenue Al Milia, secteur, 9
Rue Maziata, Quartier Hay Riad
Rabat (Marruecos)

