

# Monitor de Competitividad Turística Responsable de los destinos del sol y playa español

Marzo de 2025



Exceltur

TURISMO  
Bien

solymar

2024

PAG 3

## SolyTUR 2024

Un nuevo horizonte para los destinos del sol y playa: responsabilidad y reposicionamiento de su propuesta de valor como palancas competitivas

# A

PAG 5

Los destinos de sol y playa ante su encrucijada: el proyecto SolyTUR 2024

# B

PAG 10

Rasgos clave de la recuperación del sol y playa tras la pandemia

# C

PAG 31

10 conclusiones de SolyTUR 2024: cómo están afrontando los destinos del sol y playa su reposicionamiento competitivo hacia un mayor valor añadido en el nuevo escenario

# D

PAG 63

Por un plan de reposicionamiento del sol y playa español: Plan Turismo Litoral 2030

# E

PAG 68

Resultados de SolyTUR 2024: ranking relativo global y por pilares para los 20 destinos del sol y playa

E.1.

PAG 69

Alcance y estructura de SolyTUR 2024

E.2.

PAG 73

Guía para el análisis de resultados

E.3.

PAG 74

Resultados de SolyTUR: Ranking global y por pilares

PAG 77

Ranking por pilares de los 20 destinos del sol y playa

PAG 121

Anexo

**solytur**  
**2024**

# SolyTUR 2024



solytur  
2024

# 4 SolyTUR 2024

Un nuevo horizonte para los destinos del sol y playa: responsabilidad y reposicionamiento de su propuesta de valor como palancas competitivas.



A

Los destinos de sol y playa ante su encrucijada: el proyecto SolyTUR 2024



solytur

2024

6

# A Los destinos de sol y playa ante su encrucijada: el proyecto SolyTUR 2024

**El turismo vacacional de sol y playa muestra su fortaleza tras la pandemia, impulsado por la inversión empresarial, mientras subyacen desajustes estructurales de índole local y global. Desafíos turísticos que demandan una política de Estado para garantizar un nuevo ciclo de prosperidad que desarrolle una nueva cultura de actuación, basada en la rehabilitación de lo existente para generar un mayor valor, la reducción de su huella ambiental y el equilibrio con la calidad de vida local.**

La rápida recuperación de la demanda turística tras la pandemia ha constatado tres claves del desempeño y caracterización del sector turístico español: la preminencia de los viajes en los estilos de vida de la población que han multiplicado su consumo turístico, el reconocimiento, atractivo y excelente posicionamiento nacional e internacional de los destinos españoles y, dentro de éstos, la capacidad de competir y seguir liderando las cifras de generación de contribución económica en España de los destinos del sol y playa. Un territorio que se extiende **desde la costa de Gerona hasta la de Huelva y las Islas Baleares y Canarias, donde el turismo generó 133,2 mil millones de euros en 2024 a la sociedad española, gracias a atraer el 66,8% de la demanda turística que visita España y localizar el 58,5% de oferta alojativa tradicionalmente reglada**, conformando el principal pilar del sector turístico.

7

A

El potencial del turismo del litoral mediterráneo y las islas se ha visto reconocido **en estos últimos 4 años por un creciente esfuerzo inversor en reposicionamiento y mejora de producto**, a través de su renovación integral. Una acción protagonizada mayormente por la iniciativa privada que **ha favorecido la consecución de una rentabilidad empresarial creciente, que se ha traducido en un incremento de la contribución social**, gracias a la generación de un mayor y un mejor empleo, dotado de una mayor estabilidad y unas mejores condiciones salariales, en un contexto de pugna por la atracción del talento con otras actividades.

Esta realidad ha reforzado las bondades de **abordar con mayor ambición la regeneración de estos espacios estratégicos de la costa española**, a través de procesos de transformación urbana de impulso público, que acompañen al actual esfuerzo empresarial orientado al aumento en la generación de valor, tanto en la dimensión económica, como, en la cada vez más demandadas, social y ambiental.

**Un reto ineludible a medio y largo plazo, que requiere del mayor liderazgo y compromiso político**, en un contexto único de acceso a fondos extraordinarios, derivados de los Next Gen.

Nos encontramos ante una oportunidad probablemente única de traducir este desafío colectivo en **una política de Estado** en favor de un nuevo turismo del litoral, basado en la regeneración de lo construido, hacia la creación de un mayor valor colectivo, que sea una referencia internacional y nos permita competir en un contexto de mayor competencia global.

**Un reto que parte de la sociedad de estos destinos ya ha empezado a demandar durante 2024** y ante el que es necesario articular una respuesta, que recoja la complejidad de los factores globales y locales que inciden en ella, y sobre los que las empresas y máximos responsables políticos de sus territorios tienen un papel central que desempeñar.

El Turismo de sol y playa: un pilar clave de la economía española

133,2

mil millones de euros

66,8%

del total de la demanda turística hacia España

58,5%

de la oferta alojativa reglada

# A

## **2024 ha sido testigo de reivindicaciones sociales en algunos de los destinos más relevantes del litoral, demandando un mejor turismo.**

Reclamaciones que, en muchas ocasiones, hacen referencia a factores de carácter global (crecimiento de la población, problemas de acceso a la vivienda, multiplicados por el descontrol de su conversión en alojamientos turísticos, el encarecimiento de los niveles de vida por la inflación, la superación de las infraestructuras vinculado a la presión humana y la falta de anticipación del aumento de los visitantes, la banalización y pérdida de dinamismo del comercio de proximidad, la transformación de elementos de la identidad social...), que trascienden de la propia incidencia del turismo. Factores que tienen su propia lógica local, entre los que se sitúa al turismo por su relevancia en el sistema económico de estos territorios.

Una realidad que reclama una respuesta estratégica integral y sostenida en el tiempo, que los enfrente desde la complejidad de los factores que los impulsa y evite planteamientos muchas veces improvisados, dirigidos a la mera limitación o la imposición de nuevos gravámenes sobre el sector.

En este contexto, la interpelación social a un mejor turismo, más comprometido con los recursos territoriales y la calidad de vida de la sociedad local, se viene a sumar a los propios desafíos que tienen los destinos y las empresas de toda la cadena de valor turística del sol y playa español, para continuar reforzando su competitividad y mejorar su aportación de valor, con el que **generar un nuevo ciclo de prosperidad sostenible en el tiempo.**

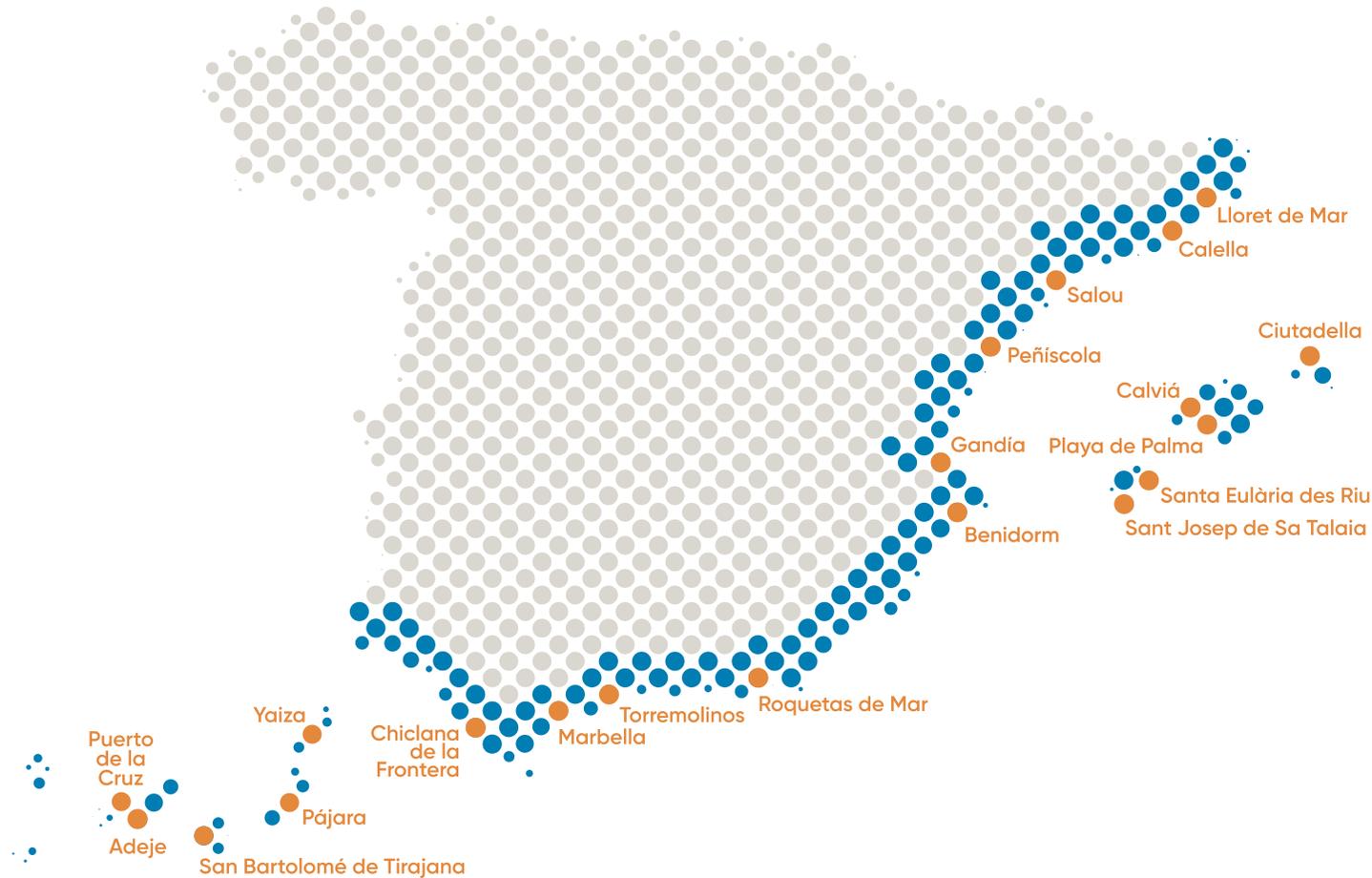
En este contexto, desde EXCELTUR queremos contribuir a resaltar el papel clave de los destinos del litoral e impulsar las estrategias y acciones más adecuadas y urgentes para responder al objetivo de incrementar la aportación de valor de sus actividades turísticas. Un propósito para el que presentamos **los resultados de la segunda edición del Monitor de Competitividad Responsable de los destinos del sol y playa español: SolyTUR 2024.**

Un análisis de **la generación de valor de los 20<sup>1</sup> destinos del sol y playa español más relevantes** por su presencia de oferta reglada, que **suponen casi el 50% de toda la actividad turística del sol y playa español.** Una panorámica de su realidad y políticas turísticas **alimentada con 65 indicadores<sup>2</sup>**, que hemos trabajado durante el último año y medio, gracias a la colaboración y suministro de información de sus equipos municipales. **Un análisis que esperamos y deseamos sea de utilidad para objetivar su realidad actual, a la vez que aportar las políticas y mejores prácticas para avanzar en el reto de generar un mejor turismo a medio y largo plazo,** basado en una mayor contribución integral de valor a sus sociedades.

**1** Esta segunda edición de SolyTUR se ha ampliado a los 20 municipios más relevantes del litoral por número de pernoctaciones hoteleras, que representen a los distintos territorios que la conforman. Se añaden 5 grandes destinos nuevos (Ciudadela de Menorca, Lloret de Mar, la Playa de Palma, el Puerto de a Cruz y San Bartolomé de Tirajana) respecto a la edición de 2019, enriqueciendo el análisis y relevancia del trabajo.

**2** La información que alimenta la presente edición de SolyTUR 2024 ha sido la disponible a 30 de noviembre de 2024.

## Los 20 destinos del "Sol y Playa" español



**10,9%**

población

**41,5%**

de la demanda turística  
del sol y playa

**35,4%**

de la oferta alojativa reglada

**44,7%**

59.561 millones de euros de actividad  
económica vinculada al turismo

# B

Rasgos clave de la recuperación del sol y playa tras la pandemia



solytur

2024

11

# B Rasgos clave de la recuperación del sol y playa tras la pandemia

**La inversión en generación de valor empresarial define la línea de trabajo de cara al futuro, en un contexto de fortaleza de la demanda, fuerte aumento de la capacidad alojativa por la vivienda turística y del número de residentes, que afectan al equilibrio con las sociedades locales y suscita un debate sobre el mejor modelo de desarrollo turístico a medio y largo plazo.**

**La recuperación de la actividad turística en los destinos del litoral mediterráneo y las islas tras la pandemia ha venido marcada por una serie de rasgos relevantes. Algunos de carácter muy positivo sobre los que basar las actuaciones de futuro, a la vez que otros desequilibrantes frente a los que es necesario actuar.** Su identificación supone un elemento de reflexión sobre el que basar las estrategias y acciones a desarrollar para alcanzar el deseado objetivo de futuro: la generación de una mayor aportación integral de valor por parte del turismo, que se prolongue en el tiempo, como un nuevo ciclo de prosperidad.



# B

Del análisis de la información relativa a los 728 municipios que conforman las 22 zonas turísticas que componen la franja de costa que se extiende desde Gerona hasta la de Huelva y las Islas Baleares y Canarias, se derivan una serie de tendencias claves.

Dentro de la complejidad de establecer patrones comunes entre todos ellos, con sistemas territoriales, regulaciones urbanísticas, recursos turísticos, modelos alojativos, productos turísticos y realidades sociales muy distintas y de la dificultad de encontrar información homogénea que los refleje, se pueden identificar los siguientes **6 grandes rasgos clave**, por su relevancia para el futuro del litoral:



2

Fuerte inversión empresarial en nuevas propuestas, principalmente alojativas, de mayor contribución social.

1

Cambio en las preferencias de los consumidores en favor del ocio y los viajes.

3

Notable incremento de la movilidad por medios de transporte aéreo, ferroviario y marítimo.

6

**rasgos clave de la recuperación de sol y playa tras la pandemia**

6

Escasa capacidad de respuesta de la inversión pública de municipios con problemas estructurales de financiación local.

4

Crecimiento desordenado y descontrolado de la oferta de viviendas turísticas.

5

Fuerte aumento de la presión humana debido al crecimiento de la población residente, con apenas incidencia del turismo.

## B

## 1

## Cambio en las preferencias de los consumidores en favor del ocio y los viajes

**Un contexto de notable fortaleza de la demanda turística, que ha favorecido un intenso aumento del consumo turístico, por la paulatina preminencia de los viajes en las preferencias de los consumidores, en un contexto de inestabilidad geopolítica en el mediterráneo oriental, en el que los destinos españoles han podido capitalizar sus rentas de seguridad.** Dentro de una tendencia global de recuperación de la actividad turística tras la pandemia, los destinos del litoral español han disfrutado de la creciente preminencia por viajar de la población de los principales mercados para España, lo que se ha traducido en un aumento de su consumo turístico.



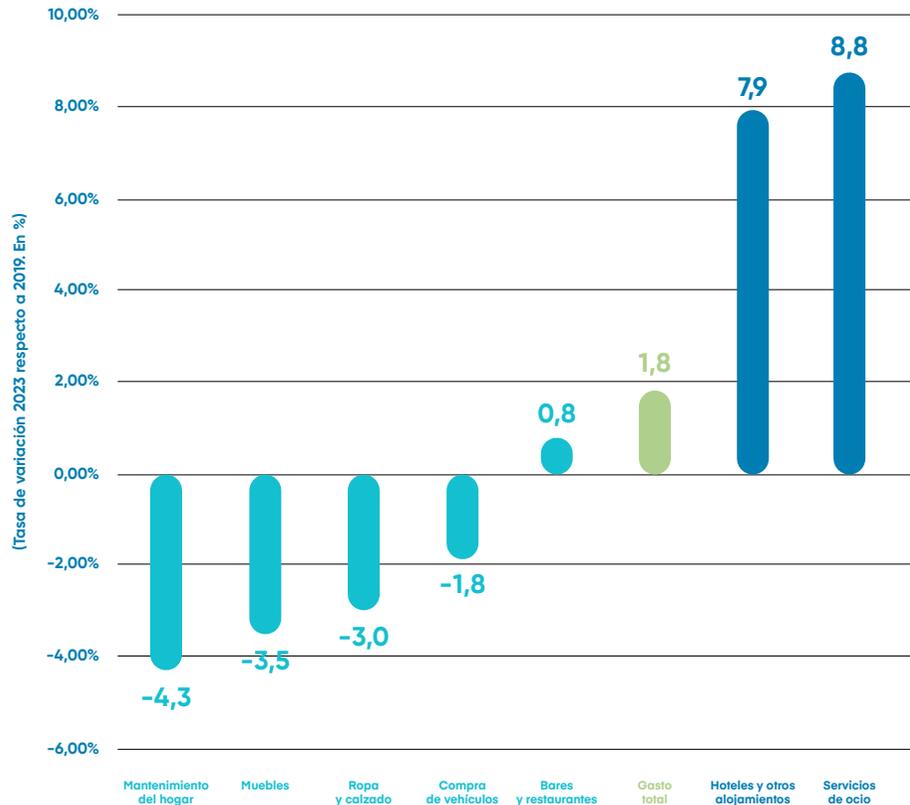
Lo que tras los 2 primeros años después de la pandemia se asoció al efecto rebote por el confinamiento y la disponibilidad de ahorro acumulado para gastar en aquello que había limitado la crisis sanitaria, los datos de 2023 y su continuidad en 2024 consolidan **un cambio en las preferencias de consumo de las personas en favor del disfrute de experiencias (viajes, restauración y ocio), en detrimento del consumo de bienes (vehículos, electrodomésticos, ropa, artículos personales).** Esto es lo que refleja la estructura de consumo de las encuestas de presupuestos familiares en los principales mercados europeos de origen europeos de nuestros turistas.

De 2019 a 2023 (último año disponible), los servicios relacionados con la cadena de valor del turismo han ganado relevancia en el consumo de los europeos, creciendo de forma más intensa que el resto de bienes de consumo duradero de su cesta de la compra, especialmente entre las personas con mayor nivel de renta. Prueba de ello, tanto el consumo en **servicios de disfrute del ocio como el de alojamientos turísticos se sitúan hoy, con datos de Eurostat, un +8,8% y un +7,9%, por encima de los valores de 2019, incrementos superiores a los del gasto total en bienes y servicios de consumo (+1,8%) y a la evolución de los gastos del hogar (-4,3%), la compra de ropa y calzado (-3,0%) o la compra de vehículos (-1,8%).** Si bien se necesita más tiempo para confirmar el carácter estructural de este cambio en las preferencias de consumo de las personas, su desarrollo en un contexto de recuperación económica tras la pandemia ha provocado un fuerte aumento del gasto en viajes, favoreciendo a los destinos españoles.

## 14 Cambio en los patrones de consumo de los europeos en favor del ocio y los viajes de 2019 a 2023

(Último dato disponible)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de EUROSTAT



Adicionalmente a esta realidad, **la posición turística de los destinos españoles se ha visto reforzada en estos últimos años por la inestabilidad geopolítica**, cercana a algunos destinos competidores. La guerra en Ucrania y especialmente la de Gaza han afectado, por las economías de proximidad, a los destinos del Mediterráneo Oriental competidores de las zonas de nuestro litoral de sol y playa, restándoles capacidad de aprovechamiento de la fortaleza de la demanda turística global y europea. Si bien las cifras publicadas no reflejan drásticas caídas en los países más cercanos competidores de los españoles (Egipto y Turquía), las lógicas ventajas de seguridad percibida de la que disfrutaban los destinos españoles han generado una demanda "añadida", difícil de determinar, que no se hubiera disfrutado en un contexto de normalidad geopolítica.

# B

## 2

Fuerte inversión empresarial en nuevas propuestas, principalmente alojativas, de mayor contribución social

**Una fuerte inversión empresarial en la mejora del producto alojativo y su contribución social, sin apenas incrementar capacidad y presión sobre los destinos, mientras se disparan las viviendas turísticas, en un contexto de desbordamiento por la todavía elevada impunidad frente a los intentos de regulación.** La realidad de la evolución del modelo turístico alojativo tras la pandemia (clave para entender las lógicas de convivencia entre turismo y población local) refleja una tendencia dual. **El modelo empresarial alojativo, principalmente hotelero, mejora sus ingresos gracias a una apuesta por la inversión en el reposicionamiento del producto y la generación de mayor valor social** con una notable creación de un mayor y un mejor empleo, sin apenas incrementar la capacidad y la presión sobre la sociedad local. En sentido contrario, **el modelo basado en la conversión de viviendas en alojamientos turísticos crece de forma desordenada, con profundas implicaciones sobre el propio modelo turístico y el equilibrio entre turistas y preservación de la calidad de vida de los residentes.** La excelente información oficial del INE disponible es contundente al respecto:



El cambio de modelo alojativo del litoral se reposiciona hacia mayor aportación de valor

**+59.875**

nuevas plazas de 4 y 5\*



**-48.304**

plazas de 3 y 1\*/hostales pensiones

# B.2

- **De 2019 a 2024 se ha producido una notable inversión en renovación y reposicionamiento hotelero.** Por un lado, un número relevante de hoteles se ha renovado, sin cambiar de categoría (fenómeno que no se puede cuantificar con la información disponible), a la vez que en otros muchos casos la renovación ha supuesto la mejora de categoría. Es lo que se puede observar en la información de las Encuestas de Ocupación del INE sobre el número de plazas hoteleras por categorías.

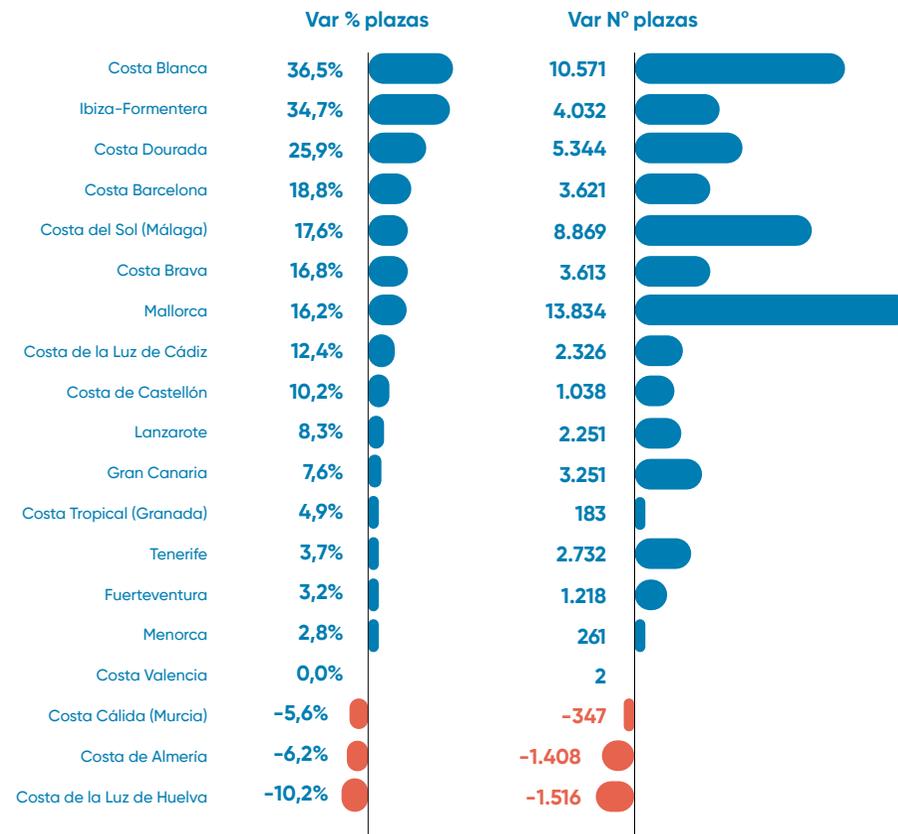
Concretamente, **de 2019 a 2024 las plazas de 4 y 5 estrellas en los 728 municipios del litoral del sol y playa se incrementó un +11,8%, lo que supone 59.875 nuevas plazas en estas categorías.** Paralelamente, **las plazas de los hoteles de 3 a 1 estrellas y de pensiones y hostales en los mismos destinos se ha reducido en casi 57 mil desde 2019**, reflejando el fenómeno de reposicionamiento, sin apenas aumento de capacidad y, por tanto, presión potencial sobre los destinos (las plazas en hoteles solo han aumentado un +0,4% de 2019 a 2024 en estos territorios).

Esta extraordinaria tendencia hacia la mejora de la oferta y la especialización en segmentos de una mayor contribución social, sin apenas incrementar la capacidad e inducir presión sobre los recursos y la población residente ha sido especialmente intensa en Ibiza (+34,7% de plazas de 4 y 5\*) y Mallorca (+16,2%), en Baleares, la Costa Brava (+16,8%) y la Costa Dorada (25,9%) en Cataluña, la Costa Blanca (+36,5%) con Benidorm a la cabeza, en la Co. Valenciana, Lanzarote (+8,3%) y Gran Canaria (+7,6%) en Canarias y la Costa del Sol (+17,6%) y la Costa de la Luz de Cádiz (+12,4%) en Andalucía.

## El litoral invierte en el posicionamiento de su oferta hotelera hacia los de mayor categoría sin incrementar la capacidad

Variación total y en % (entre paréntesis) de las plazas de 4 y 5\* por zonas del litoral de 2019 a 2024

Fuente: Elaborado por EXCELTUR



# B.2

- Como consecuencia de esta inversión, **los ingresos hoteleros han aumentado en media un +37,1% en el periodo 2019-2024, principalmente por la traslación al precio de las mejoras en el producto (las tarifas medias han mejorado en estos 5 años un +34,1%), mientras los niveles de ocupación solo se han elevado el +2,3%**. Se trata de una tendencia que ha sido generalizada en prácticamente todos los destinos de la costa, que han conseguido generar una mayor aportación de valor, aproximándose a los precios de otros destinos del litoral a nivel global, pero todavía por debajo.

La mejora más intensa de los ingresos se produce en los lugares que han combinado una mejor propuesta de producto alojativo con los propios recursos del destino. Entre ellos, destacan Lanzarote (+50,9%), Ibiza-Formentera (+45,8%), Menorca (+45,4%), Costa de la Luz de Huelva (+41,4%), Fuerteventura (+41,3%), Tenerife (+40,9%), la Costa del Sol (+40,5%), Gran Canaria (+40,4%) y la Costa Brava (+40,3%).

## Ranking del RevPAR hotelero en las zonas turísticas del litoral

Año 2024 y TV interanual (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

	REVPAR 2024	% Var 2024/2019
Ibiza-Formentera	152,98 €	45,8%
Costa Barcelona	138,38 €	30,6%
Tenerife	120,93 €	40,9%
Gran Canaria	120,71 €	40,4%
Lanzarote	118,48 €	50,9%
Menorca	118,07 €	45,4%
Mallorca	111,33 €	39,6%
Costa del Sol (Málaga)	103,96 €	40,5%
Fuerteventura	94,03 €	41,3%
Costa de la Luz de Cádiz	83,59 €	27,0%
Costa de la Luz de Huelva	78,08 €	41,4%
Costa Blanca	77,76 €	37,4%
Costa Cálida (Murcia)	70,22 €	23,5%
Costa Brava	68,85 €	40,3%
Costa Tropical (Granada)	60,77 €	30,0%
Costa Valencia	60,40 €	29,6%
Costa de Almería	59,55 €	21,7%
Costa de Castellón	53,35 €	6,1%
Costa Daurada	46,44 €	15,3%

La contribución económica del alojamiento hotelero avanza de forma intensa

**+37,1%**

de mejora de ingresos en las zonas del sol y playa 2019-2024

**+50,9%**

líder la mejora Lanzarote

**152,98€**

líder Ibiza y Formentera el mayor nivel de ingresos en 2024

## B.2

- **La demanda hotelera se ha incrementado un +2,4%, lo que apenas supone un crecimiento anual medio del +0,5%, medido a través del número de pernoctaciones y lo ha hecho con un positivo alargamiento de la temporada hacia los meses previos y posteriores a los del verano.** Concretamente, en 2019 el 51,4% de las noches hoteleras se concentraron durante los meses de junio a septiembre, mientras en 2024 este porcentaje se redujo al 49,3%, debido tanto a la ligera caída del -1,9% de la demanda en los meses centrales del verano, como al incremento del +6,8% en los meses de temporada media y baja del resto del año. Este fenómeno ha sido debido a una creciente apertura anticipada de los hoteles, especialmente caracterizada por aquellos renovados, que se han dotado de servicios e instalaciones (wellness, reuniones, deportivas y culturales,...) para poder complementar durante estos meses la experiencia de sus clientes.
- **El empleo en los hoteles se ha incrementado un +14,4% en el mismo periodo (2019-2024), a pesar del mencionado mantenimiento en el número de plazas,** lo que refleja el positivo efecto del reposicionamiento hacia productos de mayor valor, que demandan más y mejores servicios, intensivos en un mayor personal y de mayor cualificación, que explica el crecimiento reflejado.

La demanda hotelera crece en temporada baja +6,8%, mientras cae -1,9% en los meses de la temporada alta del verano



**+14,4%**

de creación de empleo hotelero 2019-2024 por prestación de más y mejores servicios

# B.2

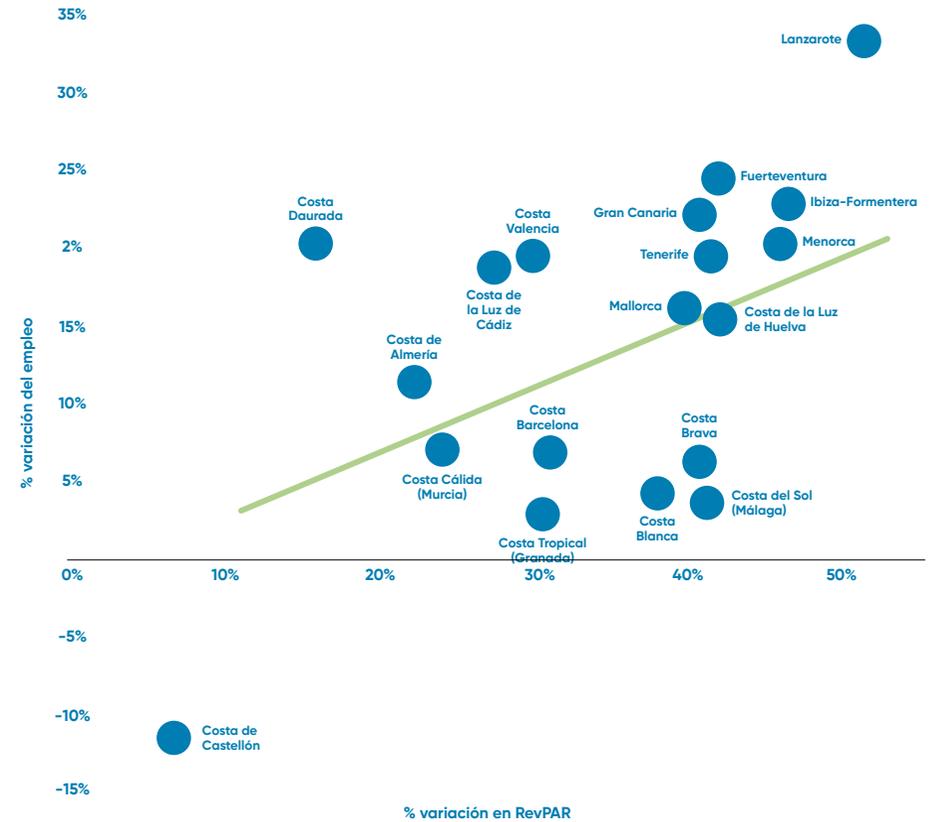
La realidad por destinos refleja la relación directa y positiva entre la mejora y reposicionamiento de producto y la intensidad en la generación de empleo hotelero, en un contexto en el que no se incrementan apenas las plazas. Este efecto ha sido especialmente marcado en Ibiza y Formentera (+23% empleo, +34,7% plazas 4 y 5\*), Mallorca (+16,4% empleo, +16,2% plazas 4 y 5\*) y Menorca (+20,5% empleo, +2,8% plazas 4 y 5\*, con alta renovación), la Costa Dorada (+20,6% empleo, +25,9% plazas 4 y 5\*), Lanzarote (+33,8% empleo, +8,3% plazas 4 y 5\*), Gran Canaria (+22,7% empleo, +7,6% plazas 4 y 5\*) o la Costa de la Luz de Cádiz (+19,4% empleo, +12,4% plazas 4 y 5\*).



## El reposicionamiento de la oferta hacia la propuesta de mayor valor que impulsa la generación de empleo

Variación % del personal ocupado en hoteles y del RevPAR. Año 2019-2024

Fuente: Exceltur a partir EOH del INE



## B.2

- En esta misma línea, **las condiciones laborales de los empleados en hoteles han mejorado**, como reflejan las estadísticas de afiliación a la Seguridad Social. La combinación de fortaleza de la demanda, reposicionamiento y mejora de producto, el alargamiento de la temporada, la aplicación de los principios de la reforma laboral y la competencia por el talento con otras actividades han promovido esta mejora de las condiciones de empleo. La tasa de temporalidad de los contratos en el sector hotelero ha pasado del 34% de 2019 (4 puntos por encima del 30% en la que se situaba la media española) al 9% de 2024 (4 puntos por debajo del 13% de media en España).

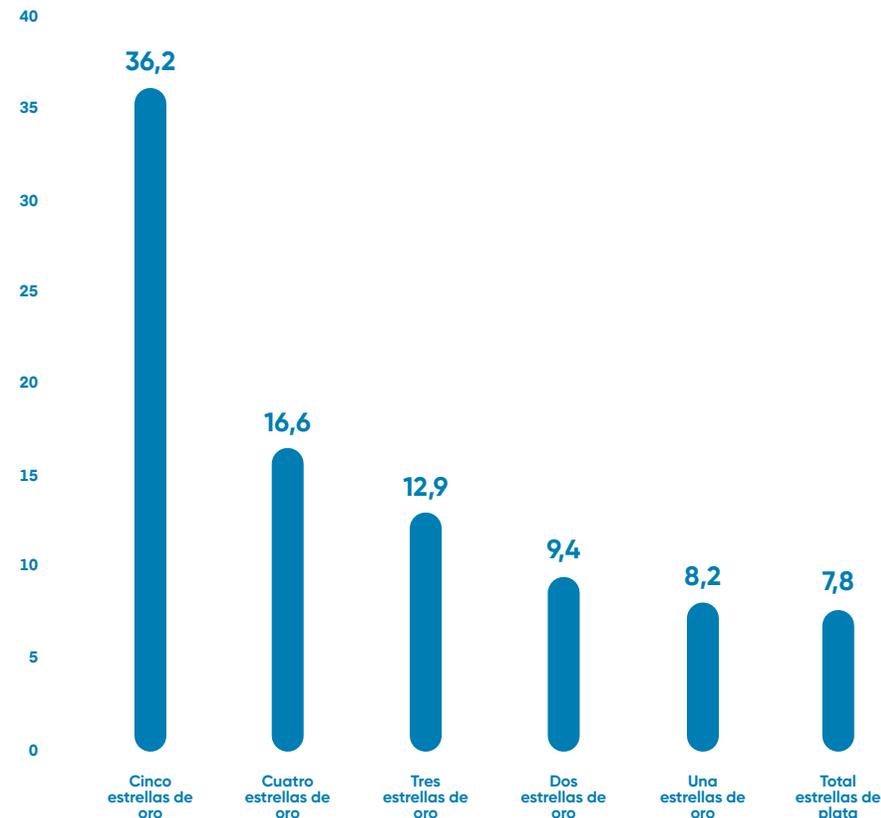
En este tiempo los contratos indefinidos a tiempo completo han aumentado un 46,8% (58 mil más), casi el mismo nivel que el aumento de los fijos discontinuos (62 mil), desapareciendo 75mil contratos temporales.

- La realidad descrita para el sector hotelero se ha trasladado con distintas intensidades sobre el resto de la cadena de valor turística**, para el que se dispone de menor información territorializada a nivel de estos destinos. Los datos de empleo (los únicos disponibles a nivel sectorial para caracterizar el desempeño turístico) reflejan igualmente avances notables en el resto de ramas de actividad relacionadas con el turismo.

### Número de personas empleadas por cada 100 plazas según categorías en CC.AA. del litoral español

Año 2024

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de EOH (INE)



# B

## 3

### Crecimiento desordenado y descontrolado de la oferta de viviendas turísticas

Paralelamente y desde 2019, la oferta y la demanda en viviendas turísticas comercializadas a través de las plataformas digitales se han disparado en los mismos destinos del litoral. En el caso de la oferta, desde 2022 (primer año comparable desde el que se dispone de información del INE evitando el efecto de la pandemia), **el número de plazas en los 728 municipios del litoral del sol y playa se ha incrementado un +20,5% (los hoteles un +3,0%), incorporando al mercado turístico 206 mil nuevas plazas (los hoteles 35 mil)**, hasta alcanzar en 2024 un volumen de 1.213.512 plazas, superando el total de plazas hoteleras en los mismos municipios, situado en 1.202.243 plazas, según el INE.

✘ Desde 2019, la oferta y la demanda en viviendas turísticas comercializadas a través de las plataformas digitales se han disparado en los mismos destinos del litoral.



**+20,5%**

el aumento de las plazas en VUT 2022-2024 en los 728 municipios del litoral



**+0,9%**

de aumento de las pernoctaciones en la oferta hotelera 2023-2019

**1.214**

millones de plazas en VUT por las 1.202 en hoteles en 2024 en los 728 municipios del litoral



**+45,6%**

de aumento de las pernoctaciones en la oferta de VUT en plataformas 2024-2019

**69,5%**

del aumento de la presión turística en el litoral desde 2019 se debe a las VUT

# B.3

La vivienda de uso turístico ha crecido en estos dos últimos años de normalidad tras la pandemia en todas las 12 zonas en las que se presenta la información de los 728 municipios del litoral, salvo en la Isla de Mallorca, donde se reducen levemente, tras haberse disparado desde 2015.

## Evolución de las plazas hoteleras y de viviendas de uso turístico por zonas del litoral de sol y playa

Fuente: Exceltur a partir de datos del INE

	PLAZAS 2024		VAR Nº PLAZAS 2022/2024		PARTICIPACIÓN EN EL AUMENTO DE PLAZAS	
	HOTELES	VUT	HOTELES	VUT	HOTELES	VUT
Costa de Almería	41.109	28.507	-278	5.193	-6%	106%
Costa de la Luz de Cádiz	45.587	69.469	1.156	11.340	9%	91%
Costa Tropical (Granada)	25.849	12.461	254	2.969	8%	92%
Costa de la Luz de Huelva	98.150	11.780	3.354	2.011	63%	37%
Costa del Sol (Málaga)	8.688	193.550	787	38.762	2%	98%
Isla de Mallorca	280.018	112.863	8.758	-2.325	136%	-36%
Isla de Menorca	33.658	22.092	892	1.134	44%	56%
Islas de Ibiza-Formentera	64.644	33.013	1.916	2.193	47%	53%
Isla de Gran Canaria	70.575	47.411	2.774	9.123	23%	77%
Isla de Lanzarote	42.853	39.112	1.735	7.716	18%	82%
Isla de Fuerteventura	51.457	30.994	1.051	5.309	17%	83%
Isla de Tenerife	96.047	85.362	1.520	19.915	7%	93%
Costa Barcelona	64.691	34.589	2.366	5.719	29%	71%
Costa Brava	83.186	122.309	1.877	12.113	13%	87%
Costa Daurada	68.868	56.918	2.627	7.383	26%	74%
Costa Blanca (Alicante)	77.158	207.363	1.047	46.099	2%	98%
Costa de Castellón	24.765	41.008	1.828	12.432	13%	87%
Costa Valencia (Valencia)	12.320	35.667	575	12.195	5%	95%
Costa Cálida (Murcia)	12.620	29.044	1.094	7.668	12%	88%
<b>TOTAL LITORAL</b>	<b>1.202.243</b>	<b>1.213.512</b>	<b>35.333</b>	<b>206.949</b>	<b>15%</b>	<b>85%</b>



## B.3

Resultado de este proceso masivo de incorporación de oferta, la demanda alojada en viviendas turísticas de alquiler ha aumentado un +45,6% desde 2019 hasta 2024, por apenas el +0,9% de la demanda hotelera en este mismo periodo. Este hecho explica que **del total del aumento de la presión turística en alojamientos de mercado (excluyendo el uso gratuito de segundas residencias para las que no hay datos a nivel provincial) sobre los destinos en este periodo 2019-2024 el 69,5% se deriva al aumento de la capacidad de las viviendas turísticas.**

Más allá del efecto cuantitativo del incremento de la presión turística, con implicaciones sobre la capacidad de respuesta de los recursos territoriales y la percepción ciudadana, **la extensión, en muchos casos descontrolada, de la vivienda turística está teniendo efectos indeseados sobre el propio modelo de desarrollo turístico** y su compatibilidad con el acceso a la vivienda de los residentes. Un modelo de ordenación turística del territorio, especialmente en las islas, que fue diseñado sobre la especialización de usos, entre los turísticos, los residenciales, los industriales y los dotacionales, con el propósito de garantizar el adecuado equilibrio y convivencia entre las distintas necesidades y comportamientos de los turistas, los residentes y el resto de actividades económicas.

La utilización turística de las viviendas localizadas en zonas residenciales, derivadas del diferencial de rentabilidad frente al alquiler residencial, ha introducido a los turistas, con sus distintos hábitos de comportamiento y necesidades de servicios (más lúdicos y de ocio, que asistenciales y dotacionales), en los espacios residenciales. Esta realidad, junto con el creciente atractivo de estos territorios, como lugares de primera o segunda residencia de población foránea han incrementado los precios del acceso a la vivienda, alentado por la falta de acompañamiento de la construcción de nuevas viviendas. Esta realidad ha ayudado a alentar dos fenómenos: **el malestar ciudadano por el encarecimiento de la vivienda y la sensación de masificación por la presencia turística** en sus lugares de residencia y las mayores cargas sobre las infraestructuras de comunicación, por la mayor movilidad turística asociada.

Incluso en algunos lugares, como determinadas zonas de Canarias, se está produciendo un fenómeno similar, conectado con el anterior, igualmente preocupante, pero de sentido inverso; como es la conversión de alojamientos turísticos obsoletos en infravivienda. Esta tendencia incipiente, no solo rompe igualmente la lógica de especialización del modelo de ordenación del territorio imperante, sino la propia lógica de explotación económica, ordenados bajo el principio de unidad de explotación. En aquellos lugares donde se ha empezado a producir la desaparición del tejido empresarial turístico está provocando la degradación de los espacios y servicios turísticos, con la consecuente pérdida de vitalidad y valor económico de esos lugares.



24

B

4

Un crecimiento y mejora de la conectividad aérea en plazas ofertadas, frecuencias y mercados estratégicos, además de la ferroviaria en alta velocidad y marítima de pasajeros



**Los destinos del litoral han disfrutado de un incremento de la conectividad por todos los medios de transporte**, sostenida sobre la fortaleza de la demanda, clave para su rápida recuperación tras la pandemia. El aumento de la conectividad, no solo ha favorecido el propio incremento de la demanda, sino también la diversificación de mercados, facilitando el acceso de turistas desde nuevos mercados estratégicos por la potencial atracción de nuevos perfiles de clientes, de mayor capacidad de gasto.

En términos agregados **el número de operaciones de los aeropuertos que conectan los destinos del litoral se incrementó un +11,2% de 2024 respecto a 2019**, por encima del +7,6% que aumentó en el resto de aeropuertos españoles. El incremento de vuelos favoreció un mayor crecimiento en el número de pasajeros aéreos a estos destinos de la costa (+13,8%), de nuevo por encima del resto de aeropuertos de otros territorios del interior y el norte de España (+9,4%), con crecimientos especialmente significativos en Valencia (+26,6%) la Costa del Sol (Málaga, +25,5%), Alicante (+22,2%), Tenerife (+20,5%), Lanzarote (+19,5%), Menorca (+19,5%), Gran Canaria (+14,7%), Fuerteventura (+14,4%), Reus (+12,9%), Palma de Mallorca (+12,0%) e Ibiza (+11,2%).

El aumento de la conectividad un facilitador de la fortaleza de la recuperación de la actividad turística en el litoral

**+11,2%**

aumentaron los vuelos a los aeropuertos de la costa de 2019 a 2024

**+100%**

el incremento de las frecuencias de trenes de alta velocidad a las estaciones de la costa peninsular

## B.4

**En la misma línea y afectando a los destinos peninsulares, en este mismo periodo se han disparado las conexiones a través de la alta velocidad ferroviaria.** El aumento de la oferta por el proceso de liberalización, junto con el aumento de los viajes y las oportunidades de la flexibilidad laboral, además del tirón de las ciudades cabecera han permitido que la oferta en trenes de alta velocidad que conectan las estaciones del litoral peninsular con esta infraestructura, se haya disparado desde 2019, facilitando el positivo desempeño del turismo en estos destinos. Concretamente, **el número de trenes de alta velocidad se ha más que doblado en 2024 (576 diarios a las estaciones de Alicante, Barcelona, San Fernando, Valencia, Málaga, Castellón y Tarragona) respecto a las conexiones existentes en 2019 (288).**

- ✘ El número de trenes de alta velocidad se ha más que doblado en 2024 (576 diarios a las estaciones de Alicante, Barcelona, San Fernando, Valencia, Málaga, Castellón y Tarragona) respecto a las conexiones existentes en 2019.

**Igualmente ha aumentado la capacidad de transporte marítimo, clave en los destinos insulares.** El número de pasajeros transportados por las nuevas capacidades navales ha crecido un +8,2% en el período 2019-2024.



# B

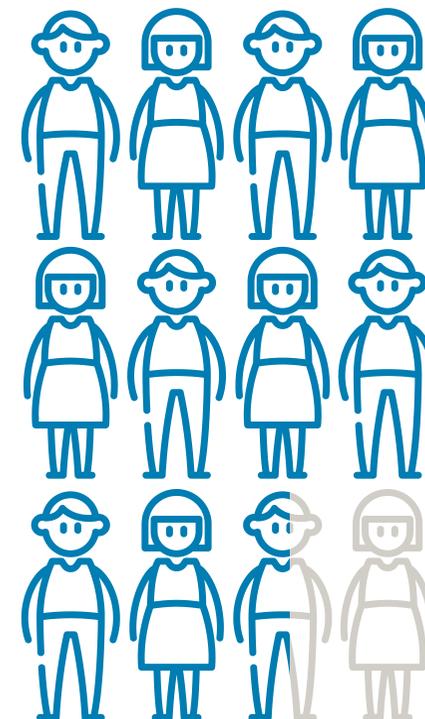
## 5

Un aumento de la presión humana, debido al intenso crecimiento de la población residente, muy por encima de la afluencia turística, que incide sobre la capacidad de respuesta de las infraestructuras y de acogida de los espacios públicos, incrementando la percepción social sobre la congestión, que incide sobre la creciente contestación ciudadana y el papel del turismo

**El atractivo y el dinamismo económico de las zonas del litoral han propiciado un notable aumento de la presión humana desde 2019.** El total de personas (residentes y turistas diarios) en estos territorios se incrementó en 1,3 millones de personas de 2019 a 2024. De este incremento, **el 88,8% (1,1 millones) se explica por el aumento del número total de residentes empadronados en estos territorios<sup>3</sup>**, que se ha incrementado un +4,6% en este periodo. La información oficial del INE refleja que el aumento de la afluencia turística<sup>4</sup> de todos los mercados (españoles y extranjeros) **en el mismo periodo y en los mismos territorios de las comunidades autónomas del sol y playa, apenas ha sido de 141 mil turistas más de media diaria, lo que explica el 11,2% de este aumento de presión humana existente en 2024, en relación con los niveles de 2019.**

La incapacidad de encontrar información a nivel particular para los 728 municipios que compone el litoral del sol y playa, obliga a realizar el análisis a nivel de comunidad autónoma, para Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña y la Comunidad Valenciana, para las que el INE presenta información sobre la demanda turística en todos las tipologías alojativas (hoteles, campings, turismo rural, VUT y segundas residencias y casas de familiares y amigos).

Estas cifras recogen la presión media de todo el volumen de turistas alojados tanto en la oferta residencial de segundas residencias y viviendas de uso turístico en alquiler, como de la oferta tradicional reglada: hoteles, apartahoteles, campings y propuestas de turismo rural.



**88,8%**

de aumento de la presión humana diaria por más población y el 11,2% por más turistas

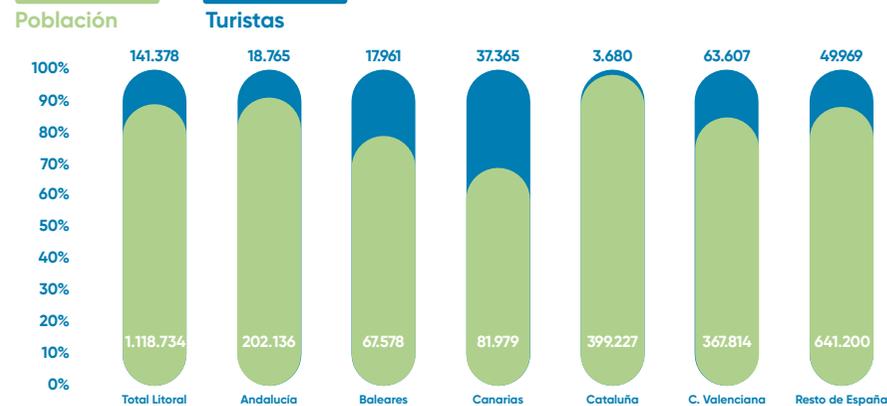
# B.5

Los destinos del litoral experimentan hoy una mayor presión humana general, propiciada principalmente por un aumento de la población residente, que está detrás de la creciente percepción sobre la superación de la capacidad de acogida de infraestructuras y las implicaciones sobre la calidad de vida, en términos de masificación y congestión. A pesar de que esta realidad general presenta distintas intensidades por territorios, en todos ellos los nuevos residentes son los que explican más del 65% de todo el aumento de presión humana durante los últimos 5 años. **Incluso en Baleares y Canarias, los lugares en los que se percibe socialmente una mayor incidencia del turismo en el aumento de la presión demográfica desde 2019, ésta se limita al 21% y al 31%, respectivamente, siendo el resto producto del aumento de la población permanente.**

El incremento de la presión humana (del +4,7% en media en todo el litoral, siendo la Comunidad Valenciana la que registra un mayor aumento del +7,8% en el periodo 2019-2024) ha tensionado elementos clave de la calidad de vida (vivienda, infraestructuras de comunicación, infraestructuras básicas de abastecimiento, depuración y reutilización de agua, gestión y tratamiento de residuos, disfrute de espacios públicos y lúdicos), lo que unido a procesos globales (la inflación, el impacto de los modelos de comercio electrónico sobre el comercio tradicional, el aumento de la movilidad, ...) ha generado en algunos territorios y colectivos un debate, en el que se ha situado de forma injusta al turismo como el principal factor explicativo de los cambios en su entorno.

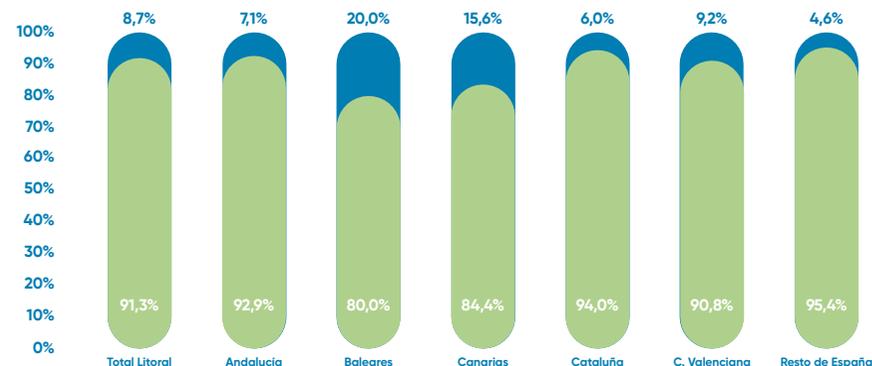
El aumento de la población residente es el principal factor del aumento de la presión humana en los destinos del litoral

## Aumento de la presión humana 2019/2024 por aumento de la población y turistas diarios



## Presión humana media anual durante 2024 en los territorios del litoral.

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de los datos de Egatur, ETR y Padrón de Habitantes del INE

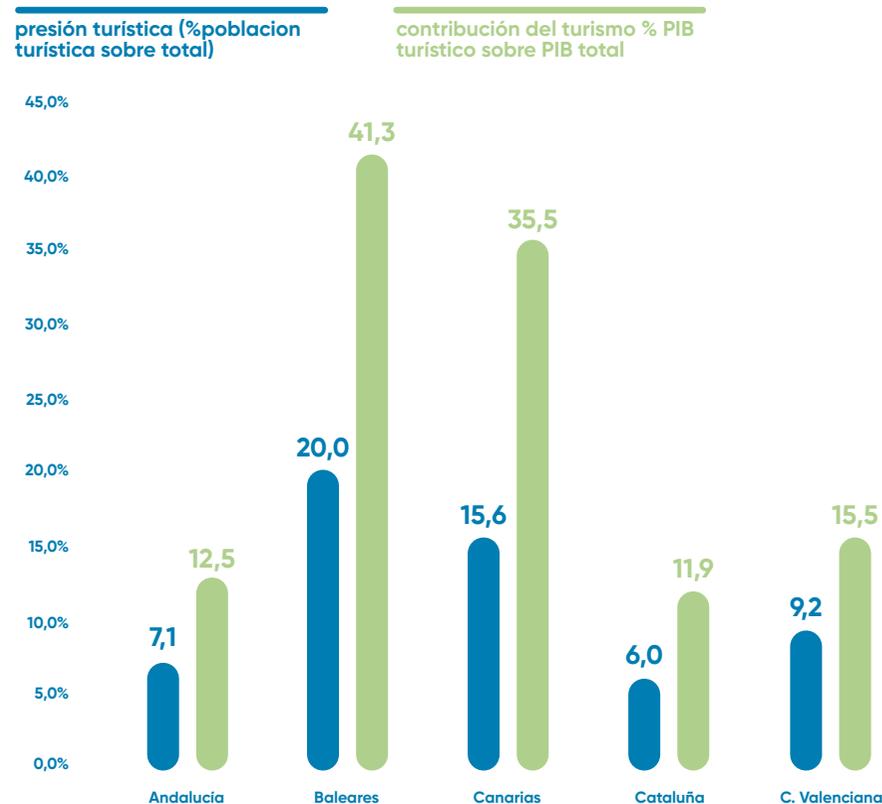


# B.5

De hecho, con este aumento de presión humana desde 2019, **la incidencia hoy del turismo sobre la presión humana media a lo largo del año existente en estas zonas del litoral en 2024 apenas alcanza el 8,7% (2,3 millones de turistas españoles y extranjeros diarios) por el 91,3% que supone la población residente (24,6 millones)**. Una presión del turismo que se eleva al 15,1% (4,6 millones) en los momentos de mayor afluencia de los meses de verano y que se intensifica en las islas, en las que el peso del turismo es predominante en su estructura productiva. Así, **en Baleares los turistas suponen de media al año el 20% de la población residente, llegando el 33,9% en los meses de verano, si bien aporta más del 40% del PIB total de su economía**. Una situación similar se refleja en Canarias, donde la presión turística se sitúa en el 15,6% medio a lo largo del año 2024 (416 mil), siendo el 84,6% restante de presión humana la ejercida por los residentes (2,3 millones), con una contribución económica del 33,0% del PIB.

## Comparativa de la presión turística respecto a la contribución del turismo a la economía de las provincias del litoral. Año 2024 (\*)

Fuente: Exceltur a partir de EGATUR, ETR, Censo de población viviendas turísticas, Estudios IMPACTUR, Junta de Andalucía, Generalitat de Cataluña



(\*) Dato relativo a contribución económica del turismo (PIB turístico sobre total de Economía) último disponible en cada CC.AA.

# B

## 6

Una escasa capacidad de inversión pública municipal, a pesar de los fondos Next Gen, por los problemas estructurales de financiación local que arrastran desde hace tiempo

**Los datos de los presupuestos de los 728<sup>5</sup> municipios de esta franja del litoral para 2024 reflejan una reducida capacidad inversora** para complementar la inversión privada en los elementos públicos determinantes del atractivo turístico, además de las necesidades de la mayor presión humana que se ha producido desde 2019. **Los apenas 2,4 millones de euros de media disponibles en los presupuestos municipales de 2024 para invertir en sus territorios, suponen una notable limitación** para poner en marcha círculos virtuosos de reposicionamiento de sus propuestas turísticas de valor, a la vez que a responder a las necesidades sociales. La deseable actuación municipal en regeneración urbana de los espacios e infraestructuras públicas, para mejorar los entornos de las instalaciones de la cadena de valor turística, que impulsen la inversión empresarial en su renovación y generación de mayor valor, como ha sucedido en los destinos urbanos, como la cada vez más necesaria inversión en aumento del parque de vivienda y zonas dotacionales para la nueva población residente no es asumible con estas dotaciones presupuestarias.

<sup>5</sup> De estos municipios se han eliminado las grandes ciudades y municipios de carácter industrial, que suponen un total de 15 corporaciones locales.

### Inversión pública media por municipio de las zonas del litoral del sol y playa español. 2019-2024

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos del Ministerio de Hacienda

Inversión media (capítulos VI y VII de los presupuestos municipales)

	2019	2024
Costa de Almería	4,3	3,2
Costa de la Luz de Cádiz	4,0	4,8
Costa Tropical (Granada)	0,7	1,1
Costa de la Luz de Huelva	2,2	2,0
Costa del Sol (Málaga)	5,3	10,7
Isla de Mallorca	2,8	2,7
Isla de Menorca	2,4	3,7
Islas de Ibiza-Formentera	7,1	5,8
Isla de Gran Canaria	4,3	6,6
Isla de Lanzarote	1,4	2,8
Isla de Fuerteventura	8,7	6,8
Isla de Tenerife	2,1	3,5
Costa Barcelona	1,5	2,0
Costa Brava	0,8	0,8
Costa Daurada	0,6	1,0
Costa Blanca (Alicante)	2,1	8,6
Costa de Castellón	1,9	3,6
Costa Valencia (Valencia)	1,3	1,3
Costa Cálida (Murcia)	2,4	5,3
<b>TOTAL LITORAL</b>	<b>1,7</b>	<b>2,4</b>

## B.6

**Todo ello a pesar de que la inversión pública en estos municipios se ha incrementado en términos agregados desde 2019.** Concretamente, a un ritmo medio anual del +7,8%, pasando de los 1,6 millones de euros por municipio de entonces (1.161 mlls en total en 2019), a los 2,5 millones de 2024 (1.690 mlls). Buena parte de este aumento se explica, en algunos de estos destinos, por el acceso a Fondos Next Gen en los diversos programas del Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PNTR) repartidos bajo un criterio municipal (entre los que se incluyen los del Componente 14 de Turismo).

Este aumento, sin embargo, no es generalizado entre todos los municipios. Hay zonas del litoral en las que la capacidad e inversión pública municipal en 2024 era inferior a la de 2019. Este es el caso de los municipios de Ibiza y Mallorca, de Fuerteventura, de Almería y Huelva, de la Costa Brava o de la Costa de Valencia.



2,5

millones de inversión  
pública en 2024



# 10 conclusiones de SolyTUR 2024



solytur

2024

# C 10 conclusiones de SolyTUR 2024: cómo están afrontando los destinos del sol y playa su reposicionamiento competitivo hacia un mayor valor añadido en el nuevo escenario

El análisis de los indicadores que contempla el Monitor de Competitividad Turística Responsable de los destinos del sol y playa españoles SolyTUR 2024 sugiere un **desempeño desigual por destinos y cierto retraso respecto del proceso necesario de mejora de los ámbitos clave que determinan su competitividad turística, de cara a la transición hacia un modelo de desarrollo más acorde con los desafíos actuales y que supere los retos estructurales arrastrados**, detallados en el apartado anterior.

En relación con la situación de 2020, la mayor parte de los destinos que forman parte de este monitor de competitividad ha experimentado una **apuesta notable de la iniciativa privada que ha seguido invirtiendo en la mejora de la oferta y la generación de nuevas experiencias turísticas** (en hoteles, conectividad aérea, ferroviaria y marítima, prestaciones de servicios y productos de disfrute en el entorno de la playa, restaurantes, espacios para practicar deportes como el golf, el senderismo, el ciclismo, espacios de ocio nocturnos, centro de cuidados del bienestar...).



# C

Mientras, la valoración de las actuaciones de estos municipios en refuerzo de un mejor turismo sigue extraordinariamente condicionada por dos aspectos estructurales que les limita:

## 1

En primer lugar, **la capacidad de acción de los municipios de sol y playa en favor del turismo sigue muy condicionada por la escasez de recursos ante un sistema de financiación local que les penaliza**. A pesar de que deben asumir los costes de proporcionar servicios esenciales a una población flotante que se multiplica durante la temporada alta, no reciben ingresos directos derivados de la actividad turística.

✘ Los ingresos públicos per cápita (población local y turística) de estos 20 municipios es un 20,9% inferior a la de la media de los municipios españoles.

Como resultado de esta estructural persistencia de insuficiencia de fondos es complejo mejorar muchos de los aspectos claves que contemplan los ámbitos y palancas de progreso del modelo de desarrollo turístico, empezando por aspectos tácticos como la dotación de personal para su gestión y la dificultad de la prestación adecuada de servicios (limpieza, seguridad, recogida de residuos...) para garantizar la mejor experiencia turística sin alterar la calidad de vida de la población residente.

Asimismo, limita la capacidad inversión en la regeneración de espacios públicos, infraestructuras y equipamientos dotacionales, además de la conservación del patrimonio natural y cultural.

## 2

Bajo estos dos condicionantes, **la dimensión y realidad territorial de algunos de estos destinos sugiere que numerosas de sus acciones en el ámbito turístico se coordine, inscriba o adhiera a un ámbito supramunicipal (zona turística, administración insular o provincial, mancomunidad...).**

En este marco, **las políticas públicas han centrado su esfuerzo en la puesta en valor de sus recursos costeros, sin poder incidir lo suficiente en la mejora de la regeneración de sus espacios urbanos** para generar mayor atractivo y mejorar su habitabilidad (espacios protegidos, sistemas de movilidad, tratamiento de residuos, gestión del agua...).

Dentro de este patrón general, tampoco se ha logrado el progreso esperado en el liderazgo público y la integración de iniciativas transversales que sitúen el turismo con la relevancia que exige en la toma de decisiones políticas en estos municipios donde su dinamismo social y económico gira en torno a este sector.

# C

Del mismo modo, y como se ha mencionado anteriormente, esto explica buena parte del retraso en el avance deseado, persiste **la falta de recursos e instrumentos de gestión avanzada que permitan abordar eficazmente las necesidades y externalidades derivadas de la actividad turística, así como enfrentar los múltiples desafíos y aprovechar las oportunidades del nuevo paradigma postpandemia**, en el que los viajes han adquirido un papel central en los hábitos de consumo de los viajeros.

Salvo excepciones, **la mayoría de los destinos de sol y playa se han estancado en sus políticas turísticas**, enfrentándose hoy con una mayor debilidad a los retos del futuro. La **carencia de una visión estratégica del alcance deseable** sobre su posicionamiento turístico, la ausencia de un modelo de gobernanza acorde con la capacidad de respuesta requerida y de un planteamiento de gestión que aborde acciones más allá del marketing y la promoción es una pauta que se ha extendido en estos últimos años, sin evidencias de avance respecto al balance en los 15 destinos que formaban parte de SolyTUR 2020.

Este es el diagnóstico general que sugiere el análisis de la información contenida en los 63 indicadores y más de 100.000 datos para los 20 destinos de sol y playa que forman parte de la actual edición de SolyTUR 2024.

Por coherencia, la valoración de la evolución en los ámbitos de competitividad contemplados en el monitor se realiza a partir de la comparativa de los 15 destinos que repiten en las dos ediciones en relación con los valores que registraban en la edición de 2020 (relativos a información de 2019).

**10 conclusiones de SolyTUR**

- 1** Estancamiento del liderazgo, coordinación, cooperación y compromiso político en favor del turismo.
- 2** Escasas iniciativas de alcance y limitada concreción de los planes estratégicos sobre el posicionamiento de futuro del turismo.
- 3** Dificultad para seleccionar y desarrollar productos turísticos.
- 4** Concentración del esfuerzo turístico en las políticas de marketing y promoción, a través de canales digitales y en la mejora de los indicadores.
- 5** Consolidación de la apuesta y la excelencia de la gestión y puesta en valor de las playas como recurso turístico.
- 6** Alto nivel de protección del territorio e intensidad urbanizadora en el espacio urbano, con recorrido de mejora en la gestión de elementos básicos del impacto ambiental (agua y residuos).
- 7** Avance en la gestión de la movilidad urbana sostenible.
- 8** Escasa sensibilidad y ordenación sobre las viviendas de uso turístico.
- 9** Fuerte inversión empresarial en el aumento, mejora y diversificación del producto.
- 10** Necesidad de avanzar en la puesta en valor del turismo y los instrumentos para facilitar la convivencia y el equilibrio entre turistas y residentes.

# C

# 1

Estancamiento del liderazgo, coordinación, cooperación y compromiso político en favor del turismo.

Este estancamiento se refleja en diversos ámbitos analizados en SolyTUR 2024:

## A

Reducida presencia del turismo en el sistema de gestión municipal, muy lejos de su contribución a la sociedad y economía local

Aunque la actividad turística en estos destinos representa su principal fuente de ingresos, de dinámica empresarial y de prosperidad para la sociedad local, el turismo mantiene un papel secundario en las estructuras de gobierno municipal, lo que limita su capacidad para impulsar políticas ambiciosas y transformadoras que mejoren su gestión.

De los 20 destinos de sol y playa evaluados en el informe de 2024, solo en 6 (Benidorm, Calella, Marbella, Roquetas del Mar, Salou y Santa Eularia del Rius) el turismo dependía directamente del alcalde o vicealcalde, con la capacidad de incidir en todas las áreas de gobierno que afectan a elementos del atractivo turístico del destino y de la experiencia de sus visitantes, como sugiere su condición de actividad transversal y medular del desarrollo socioeconómico municipal. En este ámbito, no se percibir una mejoría respecto al año 2020 (6 de 15 en SolyTUR 2020).

En el siguiente nivel de prioridad deseado, tan sólo Gandía contaba con una concejalía única, que le permite liderar políticas específicas y trasladar sus propuestas con una voz propia dentro del gobierno municipal.

# C.1

En el resto de 11 los municipios del litoral, más de la mitad de los principales destinos del sol y playa de sol y playa españoles, el turismo compartía concejalía con dos o tres áreas adicionales, perdiendo así la prioridad y relevancia necesarias para su desarrollo estratégico y gestión cada vez más exigente.

## Posición del turismo en la escala organizativa



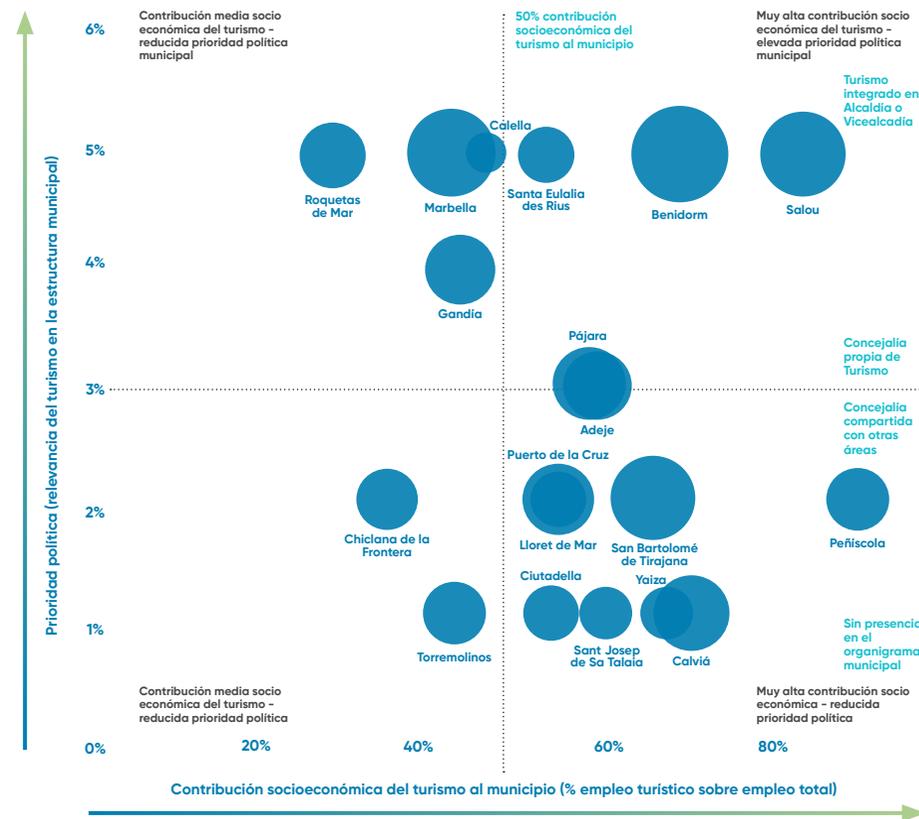
### + Buenas prácticas identificadas

Benidorm, Calella, Marbella, Roquetas del Mar, Salou y Santa Eularia del Rius

## Reducida presencia del turismo en las estructuras de gobierno locales a la altura de la contribución del sector a la economía y la sociedad local y su carácter transversal(\*)

Tamaño municipio: número de plazas turísticas

Fuente: SolyTUR 2024 (EXCELTUR)



(\*) Información no disponible para Playa de Palma

## C.1

### B

Compromiso presupuestario en favor del turismo alejado de su aportación socioeconómica local y de las necesidades de recursos financieros para una gestión eficiente y óptima de la actividad turística en el municipio

El compromiso financiero dedicado en exclusiva a políticas turísticas sigue siendo insuficiente en relación con su relevancia en la contribución a la economía y sociedad local, a pesar de que se ha incrementado de manera generalizada en los 15 municipios contemplados en las dos ediciones de SolyTUR.

Según los datos de SolyTUR 2024, el presupuesto de las partidas destinadas al turismo representa, en promedio, el 2,54% del total del presupuesto municipal. Ello supone una media de 2,3 millones de euros dedicadas al turismo por ayuntamiento, que se alcanza gracias a un aumento del +7,6% medio anual, respecto al +5,4% de incremento del presupuesto total de los 15 entes locales analizados en 2024 y 2020.



# 2,3

millones de compromiso  
presupuestario municipal  
dedicado al turismo

# C.1

A pesar de la limitada dotación presupuestaria, algunos municipios han realizado un esfuerzo significativo con un aumento relevante en el esfuerzo dedicado durante los últimos años al turismo. En este ámbito, destaca el aumento del presupuesto turístico de Yaiza (+11,3%) y San Bartolomé de Tirajana (+10,3%) en Canarias, junto a Peñíscola (+8,3%) en el litoral valenciano.

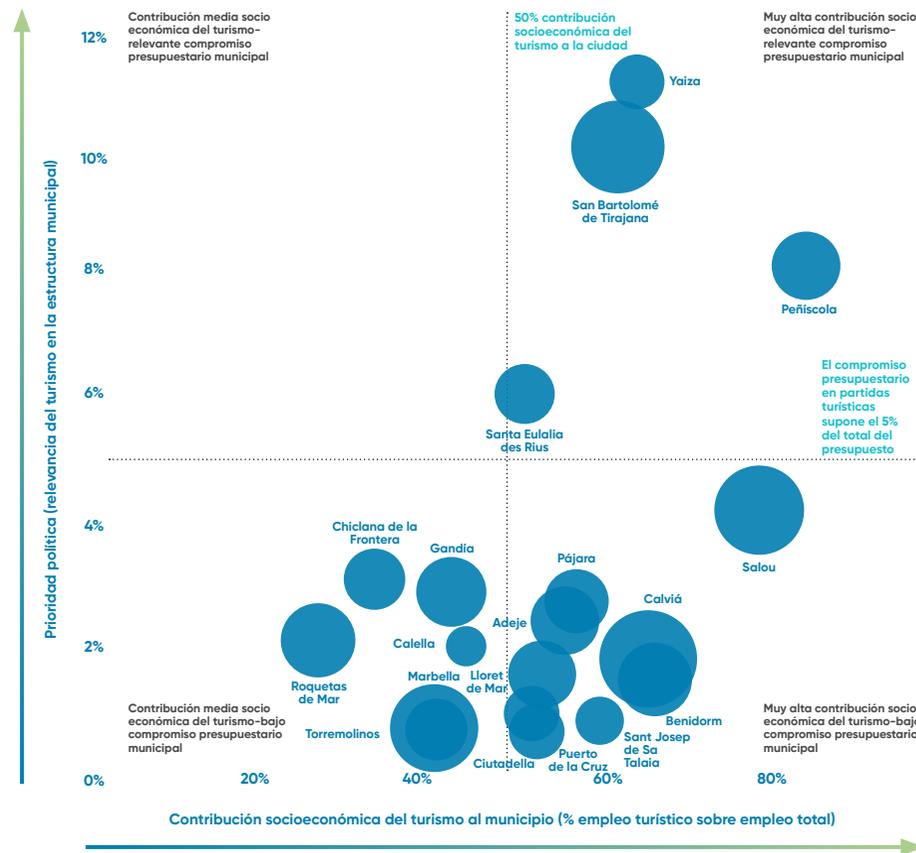
Si bien es cierto que una parte significativa del presupuesto municipal destinada a servicios esenciales como limpieza, seguridad o recogida de residuos atiende también las necesidades de los turistas, resulta fundamental aumentar los recursos específicos para la gestión del turismo, a la vez que la prioridad en los equipos municipales, de cara a poder afrontar los objetivos de mejora de la competitividad, rentabilidad, progresos social y mayor valor añadido que reclama la sociedad.

## + Buenas prácticas identificadas

Yaiza, San Bartolomé de Tirajana y Peñíscola

## El compromiso presupuestario en favor del turismo se aleja mucho de su aportación a su contribución socioeconómica local

Fuente: SolyTUR 2024 (EXCELTUR)



(\*) Información no disponible para Playa de Palma

# C.1

## C

### Escasa dotación de personal para la gestión profesionalizada del turismo en el municipio

Más allá de la escasez de recursos financiero, la información manejada en SolyTUR para los 20 municipios del litoral evidencian una notable falta de personal para gestionar de manera integral la creciente complejidad de la actividad turística.

La mayoría de los ayuntamientos cuentan con equipos reducidos y limitados para planificar y gestionar de manera eficaz el turismo. En media, los ayuntamientos cuentan con 12 personas para la gestión del turismo, esto es, 1,8 personas por cada 10.000 plazas.

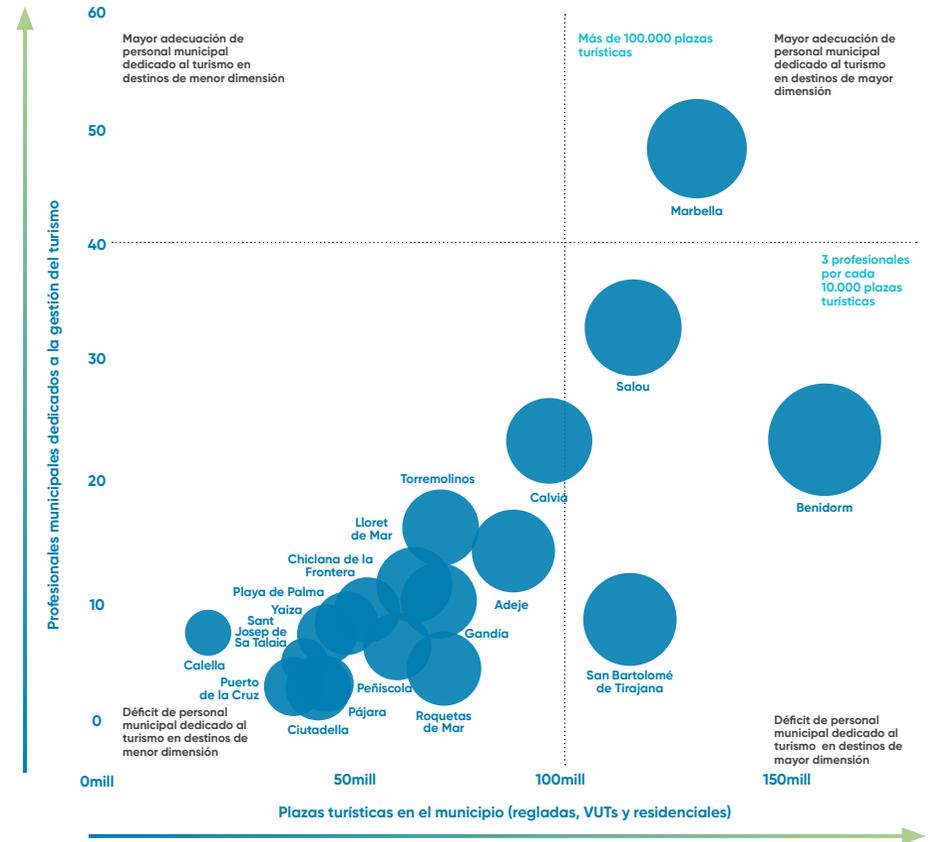
Dentro de esta realidad, se identifican equipos que han apostado por la dotación de más personal para la gestión turística. Entre ellos se encuentran: Marbella (5,3 personas por cada 10 mil plazas), Salou (3,2), Calella (2,8), Calvià (2,5) o Lloret de Mar (2,7).

**Buenas prácticas identificadas**  
Marbella

### Déficit de personal para la gestión profesionalizada en los destinos de sol y playa españoles

Tamaño municipio: número de plazas turísticas

Fuente: SolyTUR 2024 (EXCELTUR)



# C.1

## D

### Grado de coordinación interconcejalías

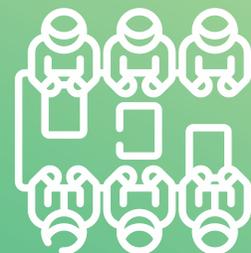
La falta de un enfoque integral en la gestión turística se observa también en un elemento esencial para su desarrollo, como es la coordinación entre las diferentes políticas que inciden en el turismo, por parte de las diferentes concejalías del ayuntamiento.

Sólo 4 de los 20 ayuntamientos contaban en 2023 con una comisión interconcejalías dedicada al turismo con una recurrencia de reuniones al menos trimestral (Benidorm con reuniones mensuales, Chiclana de la Frontera, Puerto de la Cruz y Roquetas del Mar).

Otros seis destinos tenían en 2023 una comisión interconcejalías institucionalizada con una reducida intensidad en sus convocatorias (Playa de Palma (1 al cuatrimestre), Adeje, Marbella y Peñíscola (1 cada semestre) y Lloret de Mar, Salou y Torremolinos (1 anual), lo que limita su capacidad ejecutiva.

En los 10 ayuntamientos restantes, la comunicación de los planteamientos turísticos al resto de los equipos municipales se lleva a cabo mediante contactos y canales informales, ajustándose a las necesidades del momento.

**+ Buenas prácticas identificadas**  
Benidorm



Disponen de comisión interconcejalías con una convocatoria al menos trimestral

4 / 20



# C.1

## E

### Escaso grado de integración y cooperación del sector privado en la gestión de la actividad turística

La integración del sector privado en los órganos de gestión del marketing turístico no ha avanzado al ritmo deseable. Solo 4 de los 20 municipios (Benidorm, Calviá, Playa de Palma y Santa Eularia del Rio) integran en sus órganos, principalmente de marketing turístico, al sector privado y, en general, de una forma parcial. De hecho la aportación de capital del sector privado es sólo relevante en Benidorm y Playa de Palma (cerca del 50%), dos modelos que ejemplifican hacia donde deberían tender el resto de destinos.



#### Buenas prácticas identificadas

Benidorm, Calviá, Playa de Palma y Santa Eularia del Rio



## C

## 2

## Escasas iniciativas de alcance y limitada concreción de los planes estratégicos sobre el posicionamiento de futuro del turismo.

La información contemplada en SolyTUR pone de manifiesto una preocupante falta de planificación estratégica en un número significativo de municipios, que aún carecen de una visión estratégica de alcance relevante a medio y largo plazo sobre su modelo turístico hacia el que desean evolucionar. En concreto, 6 de los 20 destinos de sol y playa analizados no disponía en 2023 de una hoja de ruta estratégica para el medio plazo, frente a los 3 en SolyTUR 2020.

Así mismo, se evidencia un reducido alcance de los contenidos contemplados en las estrategias vigentes, además de no incluirse con la visión deseada nuevas reflexiones y objetivos vinculados a los nuevos retos y oportunidades a los que se enfrentan los destinos turísticos del sol y playa español.



## C.2

Concretamente, son escasos los destinos que incorporan en sus documentos estratégicos de turismo, diagnósticos y acciones integrales sobre los temas clave a los que se enfrentan en el nuevo paradigma de gestión del turismo.

La gestión de la capacidad de carga solo se trata en 1 de los 20 destinos.

Tan sólo 2 de 20 incorporan una reflexión sobre el posicionamiento deseado de la oferta alojativa, que incluya un planteamiento sobre el papel de la vivienda turística y 3 de 20 proponen una estrategia de renovación de la oferta.

La puesta en valor del turismo y su contribución a la prosperidad del municipio está incorporada en 7 de 20.

7 de 20 contemplan medidas de preservación de la identidad local y compromiso con el bienestar de la sociedad local.

6 de 20 establecen estrategias de regeneración de espacios públicos que aporten mayor atractivo y calidad de vida a los residentes y turistas.

La apuesta articulada por preservar y poner en valor los elementos de la identidad local (1 de 20) y de los recursos culturales y naturales (7 de 20) se recoge igualmente de manera residual.

La formación del talento para responder a las necesidades de capital humano de las empresas del sector es contemplado en 7 de 20.



Municipios disponen de documento en profundidad de estrategia turística

7/20



# C.2

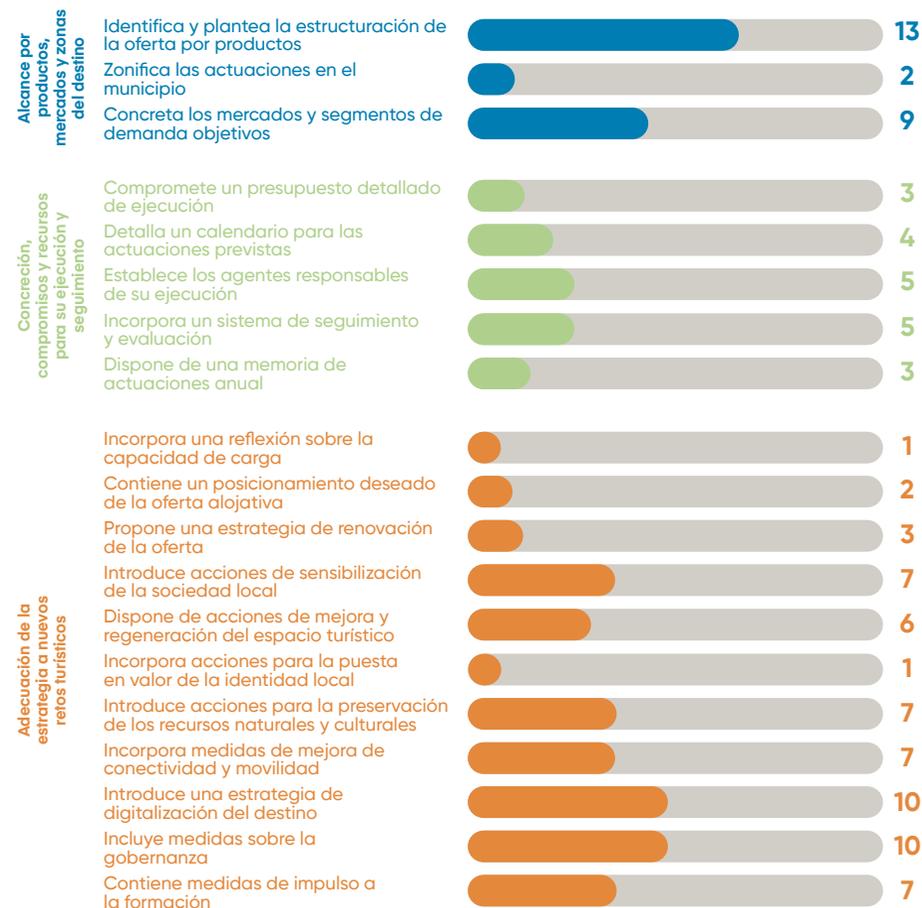
Por otra parte, y de forma generalizada, las estrategias turísticas siguen sin incorporar con la concreción requerida una reflexión, orientación y definición de su posicionamiento de mercado deseado a medio plazo en base a una estructura de productos (13 de los 20 destinos disponían de una definición de productos turísticos estratégicos, mientras tan solo 9 de 20 habían incorporado a sus planes su posicionamiento por mercados). Muchos de los planes están orientados a estrategias de marketing y promoción con foco en herramientas de digitalización (10 de 20).

Paradójicamente, un número relevante de estrategias introducen acciones o medidas sobre la gobernanza del turismo en el destino (10 de 20), y a su vez, la principal limitación de los documentos estratégicos de turismo en lo destinos que analiza SolyTUR sigue siendo la falta de articulación y compromisos para su ejecución. En general, los planes no contemplan marcos temporales claros para aplicar las acciones (sólo 4 de 20 los incorporan), de presupuestos comprometidos con partidas detalladas (3 de 20), de agentes responsables de su ejecución (5 de 20), de sistemas de seguimiento (5 de 20) y de memorias periódicas sobre las acciones realizadas (7 de 20).

## + Buenas prácticas identificadas

### Adeje

## Alcance y concreción de Planes Estratégicos vigentes



45

C

3

## Dificultad para seleccionar y desarrollar productos turísticos.

La identificada falta de definición sobre el posicionamiento deseado de los productos y servicios en la hoja de ruta de los destinos, junto con el tamaño reducido de los equipos de turismo y las dificultades para coordinar e integrar al sector privado en su gestión, han **frenado el fomento del desarrollo e integración de la oferta dentro de los clubes de producto turístico** en los municipios que forman parte de SolyTUR 2024.

En este marco, tan sólo Benidorm despliega una iniciativa relevante de desarrollo de producto. Es el único destino, entre los 20 analizados, que apuesta por la creación y promoción de experiencias estructuradas de producto alineados con las motivaciones de viaje de los turistas y los recursos disponibles en su territorio (deportes, salud y bienestar, ocio, compras, MICE, gastronomía, entre otros). Además, integra al sector privado con aportaciones económicas, lo que le permite desarrollar acciones de comarketing y promoción especializada, además de desarrollar investigación de mercado sobre cada producto. Estas experiencias así estructuradas tienen presencia de forma diferenciada dentro del sitio web oficial del destino con opciones de comercialización.

Con menor alcance, destinos como Lloret de Mar, Playa de Palma, tienen puesta en marcha algunas propuestas de productos que responden a motivaciones muy concretas pero con menor integración en cuanto al desarrollo de acciones propias de marketing, participación del sector privado, desarrollo de investigación de mercado y comercialización en sus sites turísticos.



## C.3

A pesar de que se aprecia un tímido avance respecto las iniciativas constatadas en 2020 (6 de 15 trabajaban de manera integral los productos frente a 10 de los mismos 15 en 2024), en la mayoría de ellos la integración de servicios en productos turísticos es muy limitadas. 9 de ellos no ejecutan una gestión profesionalizada e integral de clubs de productos turísticos.

En este contexto, con la excepción de Benidorm, sigue siendo muy limitada la venta “paquetizada” de producto turístico a través de sus canales directos y on-line de comercialización. De esta forma se sigue perdiendo la oportunidad de integrar producto a nivel local y utilizar el esfuerzo en posicionamiento de la web institucional para darlo a conocer y generar ventas para los operadores del destino.

### + Buenas prácticas identificadas Benidorm



Destinos con estrategia y gestión profesionalizada e integral de clubs de productos turísticos de alcance relevante

3/20



Sites turísticos institucionales permiten comprar servicios turísticos

1/20



C

4

# Concentración del esfuerzo turístico en las políticas de marketing y promoción, a través de canales digitales y en la mejora de los indicadores.



En los últimos cuatro años, se ha apreciado una **apuesta significativa por el marketing digital y la utilización de canales y generación de contenidos digitales** como principal vía de comunicación directa con los turistas en los destinos del sol y playa que forman parte de SolyTUR.

Esta acción ha aprovechado el crecimiento exponencial en el uso de estos medios, así como las oportunidades que han brindado para mejorar la comunicación y el conocimiento del turista.

Como resultado, el número de seguidores en los perfiles institucionales turísticos de las principales redes sociales y la reproducción de contenidos promocionales han evolucionado de manera muy notable en los municipios de SolyTUR. En el caso concreto de los 15 destinos que han formado parte de las dos ediciones del monitor de competitividad, las métricas asociadas a estas estrategias digitales han experimentado crecimientos muy intensos en comparación con los niveles de 2020.

Estos crecimientos se explican por la incorporación de cinco destinos que en la anterior edición de SolyTUR aún no desarrollaban estrategias en redes sociales y que en los últimos años han comenzado a implementarlas. Por otro lado, se debe también al mayor dinamismo de aquellos destinos que ya utilizaban las redes sociales como su principal canal de comunicación con los turistas hace cuatro años y que han intensificado sus esfuerzos en este ámbito.



# C.4

Dentro del contexto manifestado de escasez de recursos económicos y humanos, en los últimos años, también se han **desarrollado e impulsado iniciativas de inteligencia turística** (Lloret de Mar, Benidorm, Marbella dentro de la iniciativa de Costa del Sol, Gandía y Salou en la iniciativa supramunicipal de la Costa Dorada) con la aspiración de aportar valor a la mejora de la toma de decisiones de los agentes públicos y privados del destino. Se trata de destinos con una mayor fortaleza de órganos de gestión del turismo, con un equipo más dimensionado, en los que se percibe una mayor profesionalización en la gestión turística basada en inteligencia sustentada en el conocimiento extraíble de los datos.

**+ Buenas prácticas identificadas**  
Lloret de Mar, Benidorm, Marbella Gandía y Salou

En paralelo, se observa una creciente convicción sobre la importancia de integrar análisis y conocimiento en la difusión de información, en lugar de limitarse a la simple publicación de datos (5 de 20). Sin embargo, las iniciativas que ofrecen información prospectiva siguen siendo escasas (1 de 20), al igual que aquellas que incluyen indicadores más avanzados en otros ámbitos, como el monitoreo de la percepción de la actividad turística por parte de los residentes (1 de 20).

### Alcance y orientación de los Sistemas de Inteligencia



## C

## 5

## Consolidación de la apuesta y la excelencia de la gestión y puesta en valor de las playas como recurso turístico.

Los datos recogidos por SolyTUR 2024 ponen de manifiesto un **firme compromiso con la protección y valorización de las playas**, su principal recurso turístico, evidenciado en la obtención de certificaciones de calidad y medioambientales, la gestión de la calidad de las zonas de baño, así como en la mejora de la accesibilidad y la oferta de servicios e instalaciones para su disfrute.

En base al análisis de los 7,4 mil m<sup>2</sup> correspondientes a las 190 playas y calas gestionadas por los 20 municipios integrantes de SolyTUR, se observa un alto nivel de certificación en materia de calidad y sostenibilidad. En 14 de estos municipios, más del 60% de su superficie cuenta con sellos reconocidos como la Bandera Azul, certificaciones ISO de calidad y gestión ambiental, o la bandera EMAS, entre otros, destacando que en 8 municipios la certificación alcanza el 100%.

Asimismo, la calidad del agua de baño en estas playas es mayoritariamente alta, con un 82,5% de las zonas monitoreadas clasificadas como excelentes, el 15,4% como buena, según los datos del Ministerio de Sanidad para el año 2023.



# C.5

La apuesta por la puesta en valor y el atractivo turístico de las playas de los 20 destinos se refleja también en su elevado nivel de equipamiento e infraestructura dotacionales. Así, según los datos recopilados en SolyTUR a partir de los propios municipios, 14 de los 20 municipios tienen más del 80% de las superficies de sus playas totalmente equipadas (con duchas, aseos, áreas de descanso, servicios de salvamento y socorrismo en temporada alta y servicios de restauración). Todo ello está complementado por un compromiso relevante y creciente para facilitar la accesibilidad a las playas con transporte público, aparcamientos y espacios de acceso a las zonas de baño para personas con movilidad reducida.

Sin embargo, existen diferencias lógicas entre las playas urbanas y las naturales en estos destinos. Mientras que las primeras suelen contar con una amplia variedad de servicios, en muchas playas vírgenes o de limitado acceso tienen una infraestructura limitada.

# 82,5%

Zonas de baño con calidad de sus aguas excelente

**+ Buenas prácticas identificadas**  
Chiclana de la Frontera



Municipios con más del 60% de su superficie de sus playas con certificados de calidad y sostenibilidad reconocidos

# 14/20



Destinos que disponen de más del 80% de sus playas totalmente equipadas

# 14/20



C

6

Alto nivel de protección del territorio e intensidad urbanizadora en el espacio urbano, con recorrido de mejora en la gestión de elementos básicos del impacto ambiental (agua y residuos).



A pesar de la dificultad para medir estos factores, los datos proporcionados por los municipios en SolyTUR 2024 reflejan que los niveles de protección territorial siguen siendo dispares. 9 destinos de los 20 (Adeje, Benidorm, Caella, Calviá, Chiclana de la Frontera, Ciutadella, Peñíscola y San Bartolomé de Tirajana) cuentan con más del 50% de su territorio protegido, mientras que la media en el resto de los municipios con información disponible está por debajo del 30%. Todo ello evidencia la necesidad de reforzar las estrategias de conservación en el resto de los municipios.

**+ Buenas prácticas identificadas**  
Adeje y Calviá

---

Por otro lado, en cuanto a la presión sobre las playas, únicamente dos municipios (Pájara y Peñíscola) cumplen con el estándar europeo de 6m<sup>2</sup> por persona en función de la capacidad construida, lo que pone de manifiesto el riesgo que supone la urbanización excesiva. De hecho, en 5 de los 20 municipios analizados, el suelo urbanizable todavía supera el 50% de lo ya edificado, lo que implica un potencial crecimiento de la presión sobre estos espacios. Esta situación requiere una gestión y planificación adecuadas para garantizar que la capacidad de carga de cada destino no se vea comprometida.

**+ Buenas prácticas identificadas**  
Pájara y Peñíscola

## C.6

Además, la gestión de residuos y la optimización del uso del agua en un contexto de escasez sigue siendo un desafío.

La ausencia de métricas constituye en sí misma un indicador significativo que evidencia el reto que supone la gestión de estos ámbitos vinculados a la sostenibilidad ambiental: de 7 de los 20 destinos no disponían de información sobre el saneamiento y tratamiento de las aguas.

La gestión eficiente de los residuos y el agua en entornos turísticos altamente concurridos sigue siendo un reto fundamental. Según los datos del monitor, en 10 de los 20 municipios analizados, el tratamiento de los residuos generados no supera el 30%, lo que indica un margen significativo de mejora en la implementación de estrategias de reciclaje y reducción de desechos.

Asimismo, solo en 9 de los 20 destinos evaluados se cuenta con un sistema adecuado de saneamiento y tratamiento del agua consumida en el municipio, lo que evidencia la necesidad de desarrollar políticas hídricas más sostenibles en un contexto de creciente escasez.

Estos dos hechos estilizados adquieren una dimensión crítica debido a la alta población flotante que estos destinos reciben en temporada alta, lo que incrementa la presión sobre los servicios públicos y los ecosistemas locales. Resulta imprescindible fortalecer las políticas de gestión ambiental con un enfoque integral que contemple la dimensión turística del destino y la circularidad de los recursos, el control de la huella ecológica y fomentar la corresponsabilidad entre administraciones, sector privado y turistas para asegurar una conservación efectiva del entorno costero sin comprometer su atractivo turístico.



C

7

## Avance en la gestión de la movilidad urbana sostenible.

En un escenario de alta afluencia de visitantes en los destinos de sol y playa españoles, su movilidad interna está evolucionando hacia modelos más comprometidos con la reducción de la huella de carbono. Un contexto en el que resulta crítico el aprovechamiento del despliegue de nuevas soluciones de movilidad más eficientes y de menor huella ambiental, más calmados y mejor integrados con la realidad territorial y urbanística de los destinos de sol y playa y su área de influencia.

Es por ello que el número de municipios que comienzan a incorporar de forma gradual la dimensión turística en su hoja de ruta sobre movilidad urbana se han incrementado en el período 2020-2024 (se ha pasado de 3 a 6 de las 15 analizadas en ambas ediciones).

9 de los 20 municipios analizados en la edición de 2024 han desarrollado en los últimos años Planes de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) para guiar sus políticas de movilidad, contemplando un diagnóstico y acciones sobre su dimensión turística (Benidorm, Chiclana de la Frontera, Ciutadella, Gandía, Lloret de Mar, Playa de Palma, Salou, San Bartolomé de Tirajana y Yaiza).

Destaca entre ellos Salou, que incorpora en su desarrollo la participación de concejalías, responsables públicos implicados y actores de distintos modos de desplazamientos, además de un calendario detallado de implementación y un sistema de evaluación de seguimiento de los objetivos planteados.

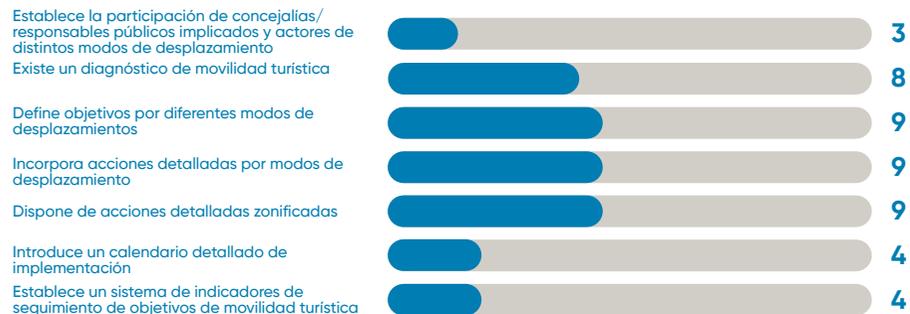


# C.7

En estos destinos donde la población se multiplica en temporada alta, los documentos de movilidad urbana contemplan en muy escasas ocasiones un análisis de la incidencia y situación de la movilidad de los visitantes turísticos (solo en 8 de las 20) y tan sólo 3 municipios incorporan en su elaboración a los actores y entes de la ciudad implicados en su gestión, además de a los operadores de los diferentes medios de transporte turísticos, tanto públicos como privados.

Por otro lado, el número de planes que detallan las actuaciones a desarrollar para la mejora de la movilidad turística es muy reducido, sólo 4 de las 20 cuentan con un calendario de implementación y apenas 4 de las 20 contemplan un sistema de seguimiento objetivo de nivel de consecución de sus metas.

Aquellas estrategias de movilidad con un mayor alcance se centran en la zonificación de las actuaciones dentro del municipio (9 de las 20) y la definición de objetivos detallado por medios de transporte (9 de las 20).



## Nº de planes de movilidad con dimensión turística

SolyTUR 2020

3 /15

SolyTUR 2024  
2020

6 /15



# C.7

La medición del impacto de la implementación de estos planes será clave en los próximos años, algunos destinos están desarrollando infraestructuras para la incorporación de métricas como la reducción de emisiones y mejora de la calidad del aire en los centros de los municipios, el grado de uso de aparcamientos disuasorios en los destinos de mayor dimensión para descongestionar las zonas en torno a los paseos marítimos y las playas, el uso de transporte público o la satisfacción del residente y el turista.

La implementación de muchas de estas estrategias ha tenido su resultado en términos de despliegue de infraestructuras específicas para mejorar la experiencia del turista, muchos destinos han invertido en redes de carriles bici y sendas peatonales que conectan playas, hoteles y centros urbanos, además de mejorar e impulsar la movilidad eléctrica con puntos de carga a lo largo del municipio.

La información que contempla SolyTUR revela que el número de km de carriles bici de los 15 destinos que han formado parte de las dos ediciones de SolyTUR ha pasado de 256 km a 327 km desde 2020 a 2024 (361 km en los 20 municipios de SolyTUR 2024).

Respecto al impulso de la movilidad eléctrica, los puntos de recarga para vehículos eléctricos bajos en emisiones de CO2 ha pasado de 41 a 293 en los 15 municipios de las dos ediciones de SolyTUR, 261 para los 20 municipios de 2024.

**+ Buenas prácticas identificadas**  
Salou, Benidorm y Ciutadella



El transporte público también es un eje fundamental en la movilidad de los destinos turísticos. Los municipios turísticos suelen reforzar sus líneas de autobús urbano en temporada alta y están modernizando sus flotas con autobuses híbridos o eléctricos, junto a ello se ha observado una mejora de la dotación de taxis para el conjunto de la población residente y turística pasando de 0,89 a 1,12, en los municipios comparables de las dos ediciones del monitor de competitividad.

En esta apuesta por una movilidad más descarbonizada, la flota de vehículos de alquiler de elevada intensidad de uso en los destinos insulares y de las zonas del litoral mediterráneo, desempeña un papel clave con un mayor número de vehículos eléctricos e híbridos respecto al parque de vehículos residencial y una su flota con vehículos muy nuevos (edad media de 1 año, frente a más de 13 años en el coche particular típico). Todo ello se enfrenta a retos relevantes como una infraestructura de recarga insuficiente, el coste elevado de la renovación de la flota y las todavía barreras de adopción de algunos turistas en el uso de vehículos eléctricos, además de la fiscalidad anunciada en algunos territorios en el uso de vehículos de alquiler.

C

8

## Escasa sensibilidad y ordenación sobre las viviendas de uso turístico.

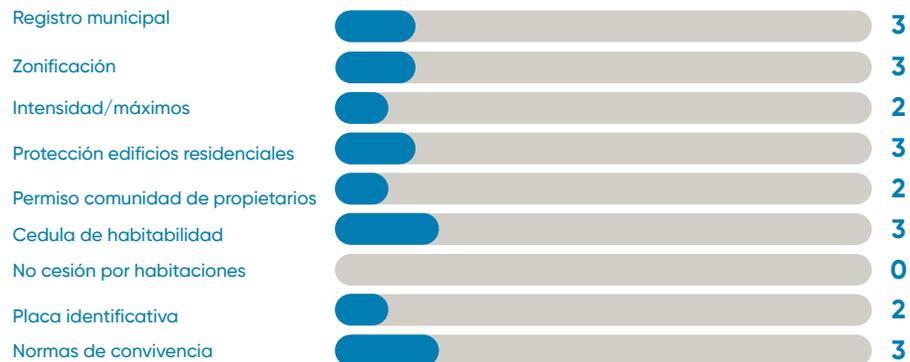
Como hemos visto, el aumento de la oferta de plazas turísticas en viviendas impulsado por la digitalización de su comercialización en los 20 destinos SolyTUR ha tenido una notable incidencia en el aumento de la presión turística y la percepción social sobre el turismo en los destinos del litoral a lo largo de 2024.

La información de SolyTUR revela que **la respuesta para regular el fenómeno y limitar las negativas externalidades del crecimiento descontrolado de las viviendas turísticas ha sido muy limitada. En la actualidad sólo 4 destinos** (Calella, Lloret de Mar, Pájara y Santa Eularia del Río) de los 20 analizados disponen de una normativa local para su regulación.



# C.8

Es más, la cobertura que realizan las 4 normativas locales en vigor sobre diversos aspectos básicos para controlar la integración del fenómeno de las VUT en la lógica urbanística y turística del municipio y para su control son todavía limitadas. En 3 municipios las regulaciones sobre VUT en vigor establecen límites por zonas, de cara a equilibrar la oferta de esta tipología de alojamiento en la ciudad y limitar sobre los espacios de mayor atractivo turístico. Exclusivamente dos de las cuatro regulaciones son consistentes y están integradas con las normas de ordenación turística de sus CC.AA. que deberían requerir para poderlos incorporar en sus registros el título habilitante que avale el cumplimiento de las normas urbanísticas locales.



**+ Buenas prácticas identificadas**  
Lloret de Mar



Municipios disponen de normativa local para la regulación de las VUTs

4/20



C

9

## Fuente inversión empresarial en el aumento, mejora y diversificación del producto.

Desde la primera edición de SolyTUR con datos relativos a 2019 se ha producido un intenso dinamismo en inversiones de mejora de la oferta de productos y servicios turísticos. Desde el mencionado reposicionamiento de la planta hotelera, a la inversión en mejora de las propuestas de ocio, comerciales y restauración la iniciativa privada ha desempeñado un papel clave en la dinamización turística de la práctica totalidad de los municipios, tal como se recoge en todos los indicadores incluidos en SolyTUR.



# C.9

## Evolución de los productos y servicios turísticos impulsados por el sector privado

	SolyTUR 2020	SolyTUR 2024	Tasa de variación
N° de plazas en hoteles 5*	<b>1.750</b>	<b>2.285</b>	<b>+30,6%</b>
Conexiones aéreas	<b>736mill</b>	<b>818mill</b>	<b>+11,0%</b>
Trenes de alta gama diarios	<b>309</b>	<b>573</b>	<b>+85,4%</b>
N° conexiones de alta velocidad			

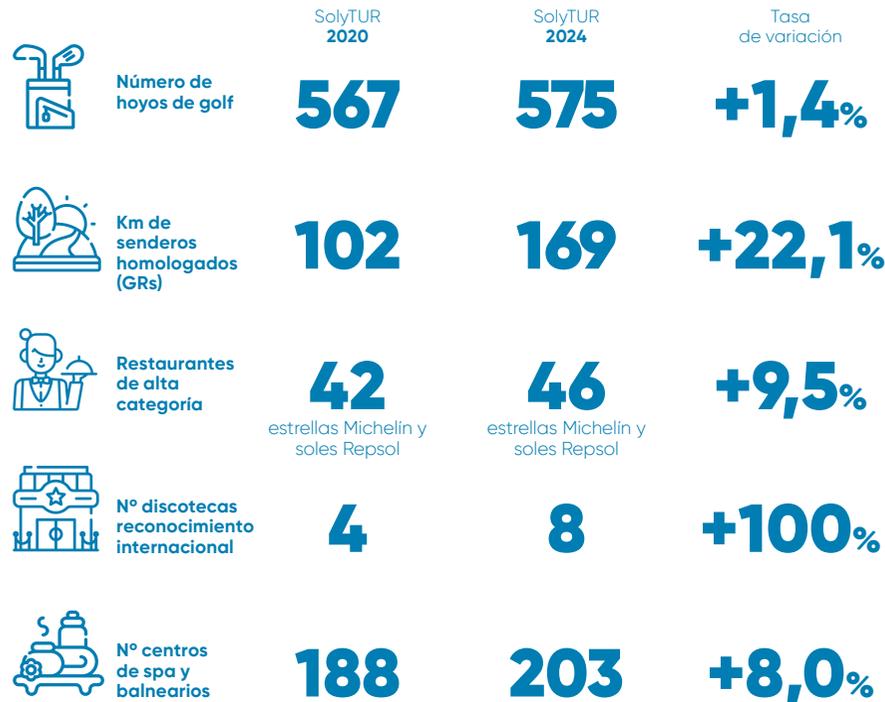
En paralelo se ha observado un avance igualmente muy notable en la apuesta de la iniciativa privada por el desarrollo de actividades y experiencias vinculados al disfrute del mar y la playa (número de amarres, centros de buceo, actividades náuticas, surf, ) consolidando el atractivo del principal foco de atracción para los turistas de estos destinos.

## Evolución de servicios para el turismo marítimo y náutico

	SolyTUR 2020	SolyTUR 2024	Tasa de variación
N° de amarres	<b>7.186</b>	<b>8.043</b>	<b>+11,9%</b>
Escuelas de vela y empresas de alquiler de embarcaciones	<b>102</b>	<b>169</b>	<b>+67,5%</b>
Centros de surf	<b>37</b>	<b>47</b>	<b>+27,0%</b>
Empresas que ofrecen excursiones marítimas	<b>65</b>	<b>110</b>	<b>+69,2%</b>
Centros especializados en submarinismo	<b>52</b>	<b>70</b>	<b>+34,6%</b>

# C.9

Se aprecia igualmente un esfuerzo, aunque más limitado, en la diversificación de productos y servicios para ampliar la experiencia de las turistas vinculadas a motivaciones como la práctica deportiva (golf, senderismo..), la gastronomía, el ocio nocturno o centros de cuidado del bienestar.



En contraste, en los últimos años la financiación destinada a regeneración urbana, embellecimiento del entorno y modernización de infraestructuras públicas en los destinos de sol y playa analizados ha sido limitada. La falta de una planificación integral y de una apuesta de alto alcance y transformadora para estos destinos ha limitado una mayor capacidad transformadora en los destinos.

En este contexto, los niveles de inversión total del municipio medio de los 20 destinos contemplados en SolyTUR fue tan sólo de 8,9 millones de euros según los datos de presupuestos municipales del Ministerio de Economía y Hacienda para el año 2024 (8,1 millones en 2019).

Ello ha sucedido en una tesitura de elevado coste de oportunidad por la orientación en el despliegue de los Fondos Next Generation con medidas dispersas, de poco alcance y muchas de ellas sin continuidad , que no han logrado transformar de manera sustancial los espacios públicos en los destinos turísticos.

# 8,9 mill

de euros de media de inversión en el municipio

C

10

Necesidad de avanzar en la puesta en valor del turismo y los instrumentos para facilitar la convivencia y el equilibrio entre turistas y residentes.

El equilibrio y reconocimiento del turismo como actividad económica principal para estos territorios requiere, además de su planificación y gestión, incorporar de forma progresiva acciones que recojan la percepción de la ciudadanía y apuesten por la explicación de la senda de lo que debe ser un mejor turismo.

SolyTUR 2024 revela que solo Adeje y Gandía han puesto en marcha acciones de puesta en valor del turismo dirigida a la población residente y tan solo Adeje ha desarrollado un análisis de la percepción de la población local respecto al turismo sobre el que articular acciones de mejora en su gestión.



+ Buenas prácticas identificadas  
Adeje

---

# C.10

Mientras, **la mayoría de los destinos** (18 de 20) **si han trabajado en tratar de promover actuaciones que permitan una mejor convivencia entre los turistas y los residentes.** Así, una buena parte de ellos, disponen de ordenanzas para limitar el ruido en los espacios turísticos y urbanos, estableciendo límites de decibelios permitidos en distintas franjas horarias, zonas de mayor sensibilidad acústica y sanciones para quienes no cumplan con las normativas.

En esta línea, un numero inferior de municipios han desarrollado normativas específicas para regular el ocio nocturno (7 de 20) y el comportamiento cívico del visitante al destino (12 de 20). Este tipo de regulaciones abordan aspectos como el consumo de alcohol en la vía pública, el cierre de bares y discotecas en horarios determinados, las concentraciones masivas en espacios públicos y las conductas consideradas incívicas, como el vandalismo o el turismo de borrachera.



## Valorización y seguimiento sentimiento sociedad local



Aunque, la mayoría de los destinos combinan estas regulaciones con sanciones y controles policiales, el dimensionamiento del cuerpo de policía a los picos de temporada alta también es todavía mejorable. En media, la ratio de policía por población (turística y residente) en estos destinos durante su temporada alta asciende a 1.084 personas por policía, mientras la recomendación de la ONU es de 1 oficial de policía por cada 450-500 habitantes.

## Medidas para favorecer el comportamiento cívico en destino



**+ Buenas prácticas identificadas**  
Calviá, Ciutadella, Torremolinos y Yaiza

# D

## Por un plan de reposicionamiento del sol y playa español: Plan Turismo Litoral 2030



solytur

2024

# D Por un plan de reposicionamiento del sol y playa español: Plan Turismo Litoral 2030

Las conclusiones de SolyTUR 2024 apuntan dos hechos relevantes: los retos sistémicos, turísticos y generales, a los que se enfrentan unos destinos del litoral, que son una franja estratégica de la sociedad española, a la vez que las dificultades que atraviesan sus gestores públicos municipales para afrontarlas solos. La realidad con la que se inicia 2025 refleja la complejidad que supone gestionar una cadena de valor de empresas que obtienen los mejores resultados económicos de los últimos años, en un contexto territorial pendiente de una inversión pública relevante, dirigida a la renovación de sus espacios públicos e infraestructuras básicas, con una parte de la sociedad que se enfrenta a la necesidad de percibir un mayor valor en su modelo de desarrollo. Todo ello, en un contexto de elementos desequilibrantes, como la conversión de viviendas en alojamientos turísticos y un intenso crecimiento demográfico, que ahonda en la propia complejidad de estos espacios.

La convicción de poder afrontar esta encrucijada con éxito parte del valor potencial que ofrece este territorio, que ya tanto ha aportado a la sociedad española, a la vez que, de la oportunidad de afrontar sus retos de futuro, conjuntamente entre las administraciones públicas que actúan sobre el mismo (la local, sin duda, pero también las insulares, provinciales, autonómicas y el propio Gobierno de España) y las empresas y demás agentes sociales, junto con la propia ciudadanía. Una oportunidad que no ha sido lo suficientemente explorada hasta la fecha y que ha limitado las capacidades de aportar un mayor valor a través de su especialización turística.



# D

España se enfrenta al reto de generar un mayor valor integral (económico, social y ambiental) de su turismo de sol y playa. El actual impulso de inversión privada puede servir para reposicionar instalaciones y propuestas clave hacia este objetivo, pero será de efecto limitado si no viene acompañado de un apoyo público que lidere y oriente el cambio y aplique las políticas necesarias para su consecución (especialmente las urbanísticas). Un liderazgo que puede ser ejercido a nivel autonómico, con la necesaria participación de las administraciones locales, pero que nacería igualmente con menor potencial del deseado debido a la relevancia de políticas que ostenta el gobierno de España, que deben ser aprovechadas, y de la falta de aprovechamiento de las economías de escala de actuar y aplicar los mismos principios y políticas en los destinos de diversas comunidades que comparten los mismos rasgos.

✘ Una actuación conjunta liderada por el Gobierno de España que afronte con la ambición, alcance y carácter transversal una política de estado en favor de la regeneración de los destinos más emblemáticos.

Desde la constatación de estos elementos, la realidad del litoral demanda una actuación conjunta liderada por el Gobierno de España que afronte con la ambición, alcance y carácter transversal una política de estado en favor de la regeneración de los destinos más emblemáticos de sus territorios para mejorar la aportación de valor que demandan sus sociedades locales. Una iniciativa que a modo de **Plan Turismo Litoral 2030** diseñe y accione las políticas transversales necesarias para poner en marcha un ciclo de inversión pública, que acompañe y favorezca la multiplicación de la inversión privada.

El objetivo de un plan de esta envergadura es sentar los pilares de un nuevo ciclo de prosperidad, fundamentado en asegurar la mayor rentabilidad socioeconómica sostenible derivada del turismo para sus empresas y destinos, más allá de seguir incrementando el flujo de turistas hacia nuestro país. Un plan que recupere el espíritu del Plan Litoral Siglo XXI aprobado en el Consejo Español de Turismo en marzo de 2011 y que, por diversas circunstancias, nunca se llegó a adoptar.

# D

De cara a impulsar la puesta en marcha del Plan Turismo Litoral 2030 desde EXCELTUR sugerimos:



**1** **La creación de un Comisionado Especial para la Regeneración de los Destinos Turísticos del Litoral Español, apoyado por una comisión de expertos de reconocido prestigio** encargado de la propuesta de acciones del plan, además del análisis, impulso y seguimiento de la evolución y desarrollo de las diferentes iniciativas que sean implementadas en el marco de este Plan, que se convierta en un foro permanente de reflexión e intercambio de información y vele por su cumplimiento y evaluación.

**2** **La inclusión del Plan Turismo Litoral 2030 como actuación propia y emblemática de la Estrategia Turismo Sostenible 2030**, que está elaborando el Gobierno de España, en el que se determinen objetivos, actuaciones generales, instrumentos y actores responsables, más allá de las que se determinen para el resto de destinos de interior, las ciudades y la España Verde.

**3** **Su aprobación en el Consejo Español de Turismo y la convocatoria de una comisión interministerial de turismo monográfica sobre el Plan** para promover la implicación de los ministerios con capacidad de trabajar en la aplicación de las actuaciones identificadas.

**4** **La elaboración de 2 a 5 planes concretos de recualificación integral de cada destino pioneros a través de un concurso internacional de ideas**, que respondan a una participación equilibrada territorial (los destinos insulares y las CC.AA. del litoral peninsular de sol y playa). Los planes deberían aglutinar el mayor talento multidisciplinar y, una vez elaborados, ser aprobados, por los respectivos órganos de gobierno de cada una de las administraciones para su implementación y ser gestionados por unidades coordinadas por el Comisionado del Gobierno.

**5** **La organización de una Conferencia internacional sobre el futuro del turismo del litoral en 2026**, que sirva de foro de debate y puesta en común de los avances en cada uno de los planes y la adhesión de nuevos destinos, siguiendo las líneas maestras de la nueva cultura de trabajo en el litoral, con una representación al máximo nivel de políticos, empresarios españoles de los diversos subsectores, tour operadores internacionales y agentes sindicales y sociales.

# D

En el contexto de dicha iniciativa, se plantea la puesta en marcha de 10 Palancas de Intervención Conjunta (PICs) entre los destinos del litoral, aprovechando los Fondos Next Gen distribuidos sobre cuya ejecución se pueda actuar de manera coordinada, en los siguientes ámbitos:

**1** Simplificación normativa y agilidad administrativa.

**2** Estímulos a la inversión privada al servicio de la renovación de activos estratégicos en destinos.

**3** Rehabilitación y regeneración de espacios públicos de alta intensidad turística.

**4** Ordenación y regulación equilibrada de las Viviendas de Uso Turístico.

**5** Desarrollo de sistemas de transporte intermodales, integrados y sostenibles en destinos.

**6** Articulación de productos y experiencias turísticas diferenciales de alto valor añadido con la participación del sector privado.

**7** Medición y gestión de los límites de capacidad de carga y gestión de flujos turísticos en destino.

**8** Implantación de herramientas de inteligencia y análisis turístico.

**9** Fortalecimiento del sistema de financiación de los municipios del litoral.

**10** Sensibilización y puesta en valor de la contribución social y ambiental del turismo, por un "Turismo Bien".

E

Resultados de  
SolyTUR 2024:  
ranking relativo  
global y por  
pilares para los  
20 destinos  
del sol y playa



solytur

2024

# E Resultados de SolyTUR 2024: ranking relativo global y por pilares para los 20 destinos del sol y playa

## 1

### Alcance y estructura de SolyTUR 2024

SolyTUR 2024 recoge la posición de los 20 destinos del sol y playa de mayor relevancia turística en términos de volumen de pernoctaciones hoteleras, garantizando una más completa cobertura territorial de todas las principales CC.AA. del litoral mediterráneo y las islas, en 63 indicadores.

Este posicionamiento refleja los aspectos más relevantes sobre los que se sustenta la mayor parte de su competitividad turística, entendida como la capacidad de incrementar de forma sostenible la contribución al bienestar de las sociedades locales a largo plazo, favoreciendo por ende los resultados del tejido empresarial que directa o indirectamente se beneficia del turismo.



**20**  
Destinos

**7**  
Pilares

**63**  
Indicadores

**CIEN  
MIL  
DATOS**

# E.1

En el escenario global de cambios, nuevos desafíos y oportunidades previamente mencionados, confiamos en que esta nueva edición de SolyTUR se consolide como una herramienta clave para orientar y facilitar la toma de decisiones en el ámbito turístico. Con una visión transversal y multidisciplinar, el objetivo es apoyar tanto al sector público como al privado en la implementación de estrategias que garanticen la transición del modelo turístico hacia un nuevo paradigma de mayor valor para todos, residentes, empleados turísticos, actores públicos y privados de la cadena de valor y turistas.

Para ello, SolyTUR refuerza su aspiración inicial de ser un instrumento dinámico y en constante evolución, capaz de adaptarse a los factores que influyen en la transformación del turismo vacacional. En esta edición, se han introducido una serie de novedades con el fin de proporcionar un análisis más completo y actualizado de la competitividad turística en los principales destinos del sol y playa español.

SolyTUR mantiene la estructura de la edición anterior con 7 grandes pilares:

**Los 7 pilares contienen 18 grandes ámbitos determinantes de la competitividad, enriquecidos por 63 indicadores finales cuya definición y justificación se detallan en el anexo de este documento.**



1

Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico



2

Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas



3

Accesibilidad por medios de transporte



4

Orientación a la excelencia del modelo alojativo



5

Ordenación y condicionantes del espacio público



6

Gobernanza y gestión estratégica



7

Desempeño, resultados económicos y sociales

# E.1

Bajo esta lógica trabajo, SolyTUR 2024 incorpora cinco nuevos indicadores, integrados en la estructura del monitor anterior. Estos indicadores responden a la necesidad de analizar de manera integral toda la cadena de valor del turismo, desde la percepción del residente hasta la gestión de cada uno de los componentes del turismo, cuyo desempeño conjunto determina la competitividad global del destino.

- 1** Acción pública ante el fenómeno de las viviendas de uso turístico para garantizar el uso especializado del territorio y limitar las externalidades del crecimiento descontrolado de la comercialización en plataformas digitales sobre la población residente y el atractivo
- 2** Adecuación de la policía local para garantizar la seguridad para abordar retos específicos del turismo, ruidos, comportamientos incívicos, seguridad en zonas concurridas y la convivencia entre visitantes y residentes, especialmente en temporadas alta.
- 3** Dotación de personal para la gestión eficaz del turismo en un escenario de sofisticación de los retos y creciente necesidades de atención al sector, al turista y la población del municipio.
- 4** Medidas para favorecer el comportamiento cívico en destino para fomentar el respeto por el entorno y la convivencia con los residentes
- 5** Valorización y seguimiento sentimiento sociedad local como herramienta clave para ajustar políticas y garantizar un modelo de desarrollo turístico equilibrado.

El siguiente cuadro recoge los ámbitos analizados, los indicadores finalmente incorporados y el mapa de los 63 indicadores final de SolyTUR 2024:



# Mapa de los 63 indicadores

## 1

Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico

**Gestión ambiental y puesta en valor de las playas**

- . **Excelencia en la gestión ambiental de las playas**
- . **Accesibilidad y puesta en valor lúdica de las playas**
  - > Accesibilidad
  - > Servicios dotacionales y lúdico

**Dotación de servicios para el turismo náutico y acuático**

- . **Instalaciones náuticas**
- . **Navegación y vela**
- . **Surf**
- . **Excursiones marítimas**
- . **Submarinismo**

## 2

Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas

- . **Golf**
- . **Naturaleza**
  - > Acceso a Espacios naturales protegidos
  - > Senderismo
- . **Familiar**
  - > Parques de atracciones y acuáticos
  - > Zoos y acuarios
- . **Ocio nocturno**
- . **Gastronomía**
  - > Excelencia gastronómica de reconocimiento internacional
  - > Excelencia gastronómica de reconocimiento nacional
- . **Bienestar**

## 3

Accesibilidad por medios de transporte

- . **Accesibilidad aérea**
  - > Conectividad y frecuencia aérea
  - > Distancia de las zonas turísticas al aeropuerto
- . **Accesibilidad ferroviaria en alta gama**
  - > Conectividad y frecuencia ferroviaria
  - > Conexión con la estación

## 4

Orientación a la excelencia del modelo alojativo

- . **Apuesta por la oferta reglada**
- . **Excelencia de la oferta hotelera**
- . **Posicionamiento de la oferta hotelera**
- . **Posicionamiento de la oferta de viviendas turísticas**
- . **Estacionalidad**
- . **Economías de escala en la oferta hotelera**
- . **Acción pública ante el fenómeno de las viviendas de uso turístico**

## 5

Ordenación y condicionantes del espacio público

- . **Protección del territorio**
- . **Edificación del territorio**
  - > Grado de ocupación del territorio
  - > Suelo calificado para construir
- . **Presión sobre los recursos costeros**
- . **Movilidad turística**
  - > Existencia de una estrategia de movilidad turística
  - > Impulso de movilidad eléctrica
  - > Fomento de la movilidad en bicicleta
  - > Suficiencia de dotación de taxis
- . **Gestión de servicios soporte**
  - > Eficacia en el tratamiento de residuos
  - > Saneamiento y tratamiento de aguas
  - > Seguridad ciudadana

## 6

Gobernanza y gestión estratégica

- . **Prioridad política concedida al turismo**
  - > Posición del turismo en la escala organizativa municipal
  - > Esfuerzo presupuestario municipal a favor del turismo
  - > Apuesta institucional por la coordinación interconcejalias
  - > Dotación de personal para la gestión del turismo
- . **Existencia y consistencia de una visión estratégica del turismo**
- . **Esfuerzo en la estructuración de productos**
- . **Política de marketing on-line y promoción turística**
  - > Impulso de un sistema de inteligencia turística
  - > Apuesta por un portal turístico transaccional ante el consumidor
  - > Impulso al marketing en redes sociales y medios multimedia
- . **Sistema de Gobernanza del producto y el marketing turístico**
  - > Flexibilidad de la fórmula jurídica
  - > Grado de integración del sector privado
- . **Presión fiscal a las empresas turísticas**
- . **Fomento del civismo y puesta en valor del turismo frente a la sociedad**
  - > Medidas para favorecer el comportamiento cívico en destino
  - > Valorización y seguimiento sentimiento sociedad local

## 7

Desempeño, resultados económicos y sociales

- . **Ingresos totales**
- . **Ingresos medios por plaza alojativa**
- . **Productividad territorial**
- . **Atractivo de la estancia**
- . **Empleo generado por la actividad turística**

# E

## 2

### Guía para el análisis de resultados

El indicador global de SolyTUR 2024 resume la posición de cada destino en los 63 indicadores que lo componen expresados cada uno de ellos en unidades, escalas y valores diferentes. De cara a su análisis es relevante tener en cuenta que:



- 1** La posición de cada destino en el ranking global, ranking por pilar y por indicador es relativa respecto al resto de destinos (la media =100).
- 2** La posición de cada destino en el ranking global, ranking por pilar y por indicador no es comparable con la de la edición de 2020. El número de destinos ha variado (20 en 2024 y 15 en 2020) y los indicadores relativos no son susceptibles de comparación al hacerse respecto a una muestra de municipios diferentes.
- 3** El valor global alcanzado por cada destino procede de la posición registrada en cada uno de los 63 indicadores que conforman SolyTur.
- 4** Los resultados en cada indicador se presentan en términos de un índice cuyo valor 100 refleja la media de todos los destinos analizados.
- 5** Ser el primero en el ranking no significa que no haya recorrido de mejora, ni ser el último que los resultados en ese ámbito sean negativos.

# E

## 3

Resultados de SolyTUR:  
Ranking global y por pilares

**Ranking global de los 20 destinos del sol y playa**



### Monitor de Competitividad Turística Responsable de los destinos del sol y playa españoles. Año 2024

Ranking Global	INDICADOR GLOBAL	
	Ranking 2024	Índice. Media=100 2024
Adeje	1	115,53
Calvià	2	110,45
Playa de Palma	3	108,85
Benidorm	4	108,33
Marbella	5	107,21
San Bartolomé de Tirajana	6	107,16
Sant Josep de Sa Talaia	7	104,22
Santa Eulària des Riu	8	101,57
Chiclana de la Frontera	9	100,44
Salou	10	100,25
Yaiza	11	97,79
Pájara	12	96,98
Lloret de Mar	13	96,93
Torremolinos	14	96,59
Calella	15	95,89
Ciutadella	16	92,56
Gandía	17	91,57
Puerto de la Cruz	18	90,11
Peñíscola	19	90,02
Roquetas de Mar	20	89,66

# E

## 3

Ranking por pilares de los 20 destinos del sol y playa

### Monitor de Competitividad Turística Responsable de los destinos del sol y playa españoles Año 2024

Ranking Global

		Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	Accesibilidad por medios de transporte	Orientación a la excelencia del modelo alojativo	Ordenación y condicionantes del espacio público	Gobernanza y gestión estratégica	Desempeño, resultados económicos y sociales
Adeje	1	4	3	7	1	8	2	1
Calvià	2	2	2	2	7	9	5	8
Playa de Palma	3	6	11	1	10	18	3	3
Benidorm	4	9	9	13	14	7	1	5
Marbella	5	3	1	10	9	19	6	6
San Bartolomé de Tirajana	6	11	7	6	2	6	16	2
Sant Josep de Sa Talaia	7	14	4	4	3	5	13	9
Santa Eulària des Riu	8	8	15	9	6	15	4	11
Chiclana de la Frontera	9	1	10	16	11	2	9	12
Salou	10	7	5	5	16	14	7	15
Yaiza	11	18	16	14	5	10	14	7
Pájara	12	17	8	20	4	1	20	4
Lloret de Mar	13	15	6	12	8	16	8	17
Torremolinos	14	10	17	3	17	12	17	10
Calella	15	16	19	8	12	3	10	18
Ciutadella	16	19	12	18	15	11	15	13
Gandía	17	13	20	15	20	4	12	19
Puerto de la Cruz	18	20	14	11	13	20	18	14
Peñíscola	19	12	18	19	19	13	11	20
Roquetas de Mar	20	5	13	17	18	17	19	16

# E

## 3

Ranking por pilares de los 20 destinos del sol y playa

### Monitor de Competitividad Turística Responsable de los destinos del sol y playa españoles

Año 2024

Ranking Global

	Ranking 2024	 Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	 Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	 Accesibilidad por medios de transporte	 Orientación a la excelencia del modelo alojativo	 Ordenación y condicionantes del espacio público	 Gobernanza y gestión estratégica	 Desempeño, resultados económicos y sociales
Adeje	115,53	111,71	114,80	107,10	122,37	102,77	112,60	140,31
Calvià	110,45	112,80	119,78	126,68	104,42	101,40	105,37	107,79
Playa de Palma	108,85	105,93	98,47	140,80	98,60	91,01	110,85	114,30
Benidorm	108,33	103,92	101,36	96,17	93,72	103,87	128,87	109,84
Marbella	107,21	112,78	134,76	98,84	100,88	90,44	105,25	109,50
San Bartolomé de Tirajana	107,16	100,02	103,42	108,18	121,16	105,49	92,19	134,66
Sant Josep de Sa Talaia	104,22	95,83	110,16	116,99	114,69	106,25	94,84	100,15
Santa Eulària des Riu	101,57	104,12	89,35	104,53	111,54	93,14	106,88	96,11
Chiclana de la Frontera	100,44	113,46	100,78	85,97	96,27	109,95	101,56	93,96
Salou	100,25	104,33	107,58	114,00	91,10	93,85	103,10	84,96
Yaiza	97,79	87,92	88,97	95,95	111,55	100,89	94,08	108,91
Pájara	96,98	88,91	101,46	72,31	114,53	113,87	85,70	113,39
Lloret de Mar	96,93	93,49	103,82	96,43	102,78	92,54	101,65	83,09
Torremolinos	96,59	101,42	88,95	120,47	90,09	99,09	88,13	96,40
Calella	95,89	91,32	86,44	105,89	94,46	108,85	100,81	78,57
Ciutadella	92,56	85,62	96,34	83,94	93,40	99,54	94,00	93,63
Gandía	91,57	96,97	85,49	87,19	77,75	107,45	99,61	78,49
Puerto de la Cruz	90,11	85,30	89,68	97,23	93,81	86,76	87,80	92,47
Peñíscola	90,02	98,05	88,51	83,56	78,32	95,56	100,57	75,03
Roquetas de Mar	89,66	106,13	89,90	84,61	88,55	91,62	86,61	83,22

# Ranking por pilares de los 20 destinos del sol y playa



solytur

2024

78

Los resultados se presentan en fichas individuales que describen la posición de cada destino de Sol y Playa en términos del valor índice que alcanza en todos los indicadores (cabe recordar que la media de los 20 destinos toma el valor 100), así como la posición que ostenta tanto en dichos indicadores como en los ámbitos y los pilares de competitividad que conforman SolyTur.

A continuación, se presenta una pequeña guía explicativa para una ficha de destino tipo, que contempla referencias que explican el significado de la información contenida:



Exceltur | SolyTUR 2024

79

# Adeje

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

1

Índice. Media 100

115,5

28°07'00"N 16°43'00"O

1

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

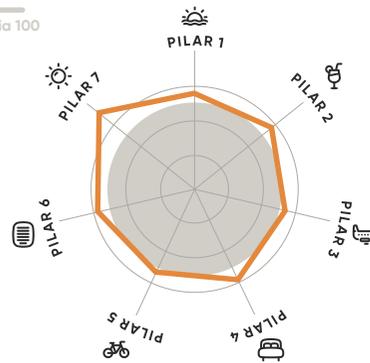
	Media 100	Ranking 2024
<b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	111,7	4
<b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	114,8	3
<b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	107,1	7
<b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	122,4	1
<b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	102,8	8
<b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	112,6	2
<b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	140,3	1

2

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Adeje

Media 100



3

Santa Cruz de Tenerife  
Islas Canarias

105,95  
km<sup>2</sup>

50.929  
habitantes

1

km<sup>2</sup>

Posición del 1 al 20 y puntuación (media de todos los destinos del sol y playa =100) obtenida por el destino en el ranking de competitividad relativa global en 2024.

habitantes

2

Posición del 1 al 20 y puntuación (media de todos los destinos del sol y playa =100) obtenida por el destino en cada uno de los 7 pilares de competitividad considerados en el estudio.

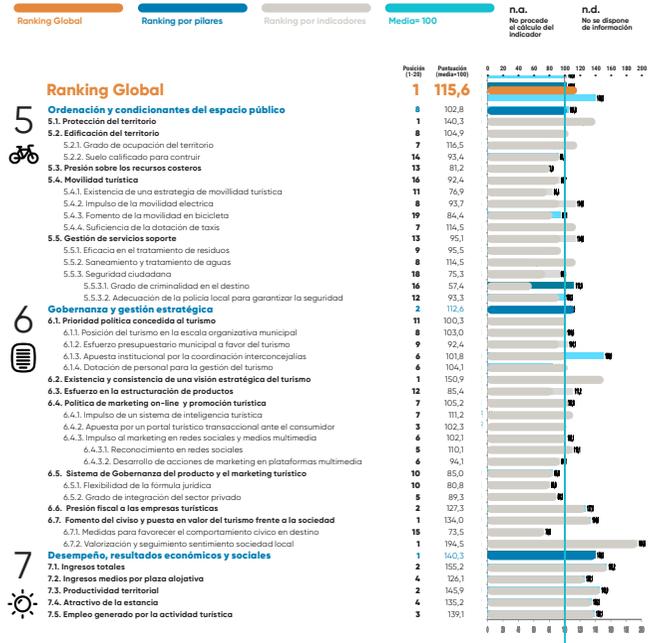
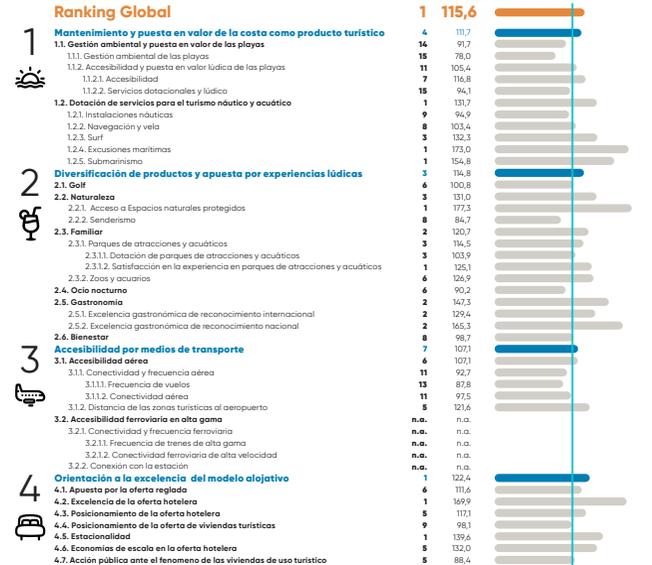
3

Representación gráfica que resume el posicionamiento del destino del sol y playa en cada uno de los 7 pilares de competitividad con respecto a la media de todos los destinos que toma el valor 100.

# Adeje

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Adeje respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades: Índice (Medio=100). Posición de 1-20



## 4

Representación gráfica de la posición competitiva del 1 al 20 por pilares competitivos, ámbitos e indicadores respecto al resto de destinos turísticos y puntuación obtenida en todos los indicadores (media de todas las comunidades=100).

# Adeje

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

1

Índice. Media 100

115,5

28°07'00"N 16°43'00"O

Santa Cruz de Tenerife  
Islas Canarias

105,95  
km<sup>2</sup>

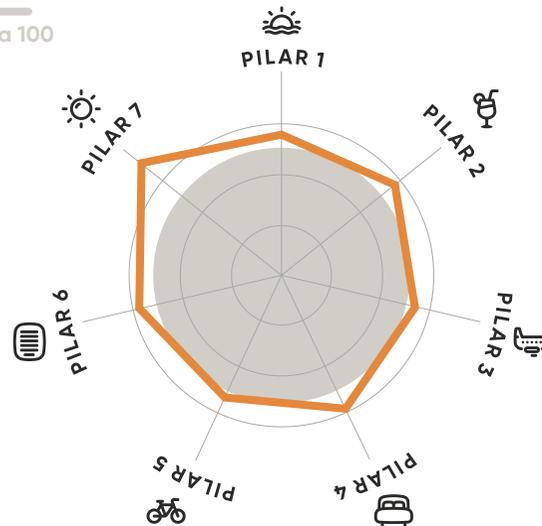
50.929  
habitantes

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	111,7	4
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	114,8	3
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	107,1	7
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	122,4	1
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	102,8	8
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	112,6	2
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	140,3	1

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Adeje  
Media 100



# Adeje

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Adeje respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Benidorm

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

4

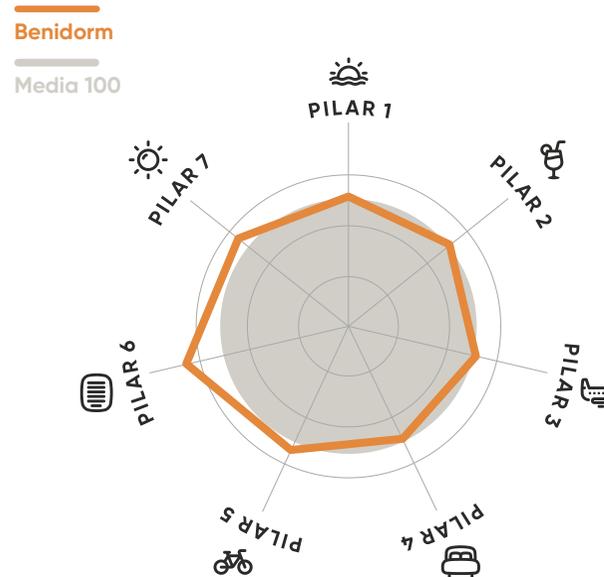
Índice. Media 100

108,3

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	103,9	9
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	101,4	9
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	96,2	13
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	93,7	14
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	103,9	7
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	128,9	1
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	109,8	5

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



38°32'03"N 0°07'53"O

Alicante

38,51 km<sup>2</sup>

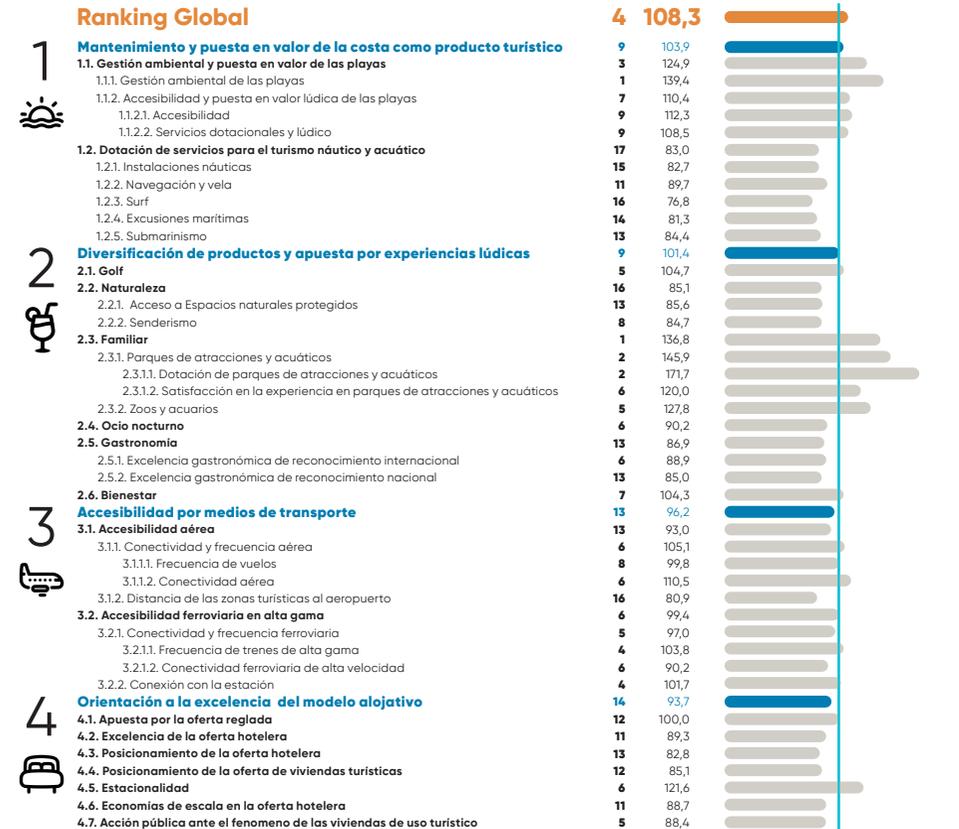
74.573 habitantes



# Benidorm

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Benidorm respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Calella

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

15

Índice. Media 100

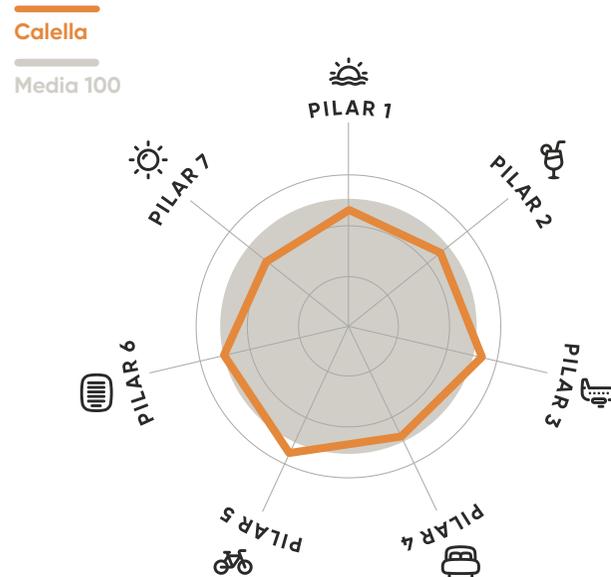
95,9

41°37'01"N 2°39'51"E

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	91,3	16
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	86,4	19
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	105,9	8
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	94,5	12
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	108,8	3
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	100,8	10
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	78,6	18

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



Barcelona

8,01

km<sup>2</sup>

20.207

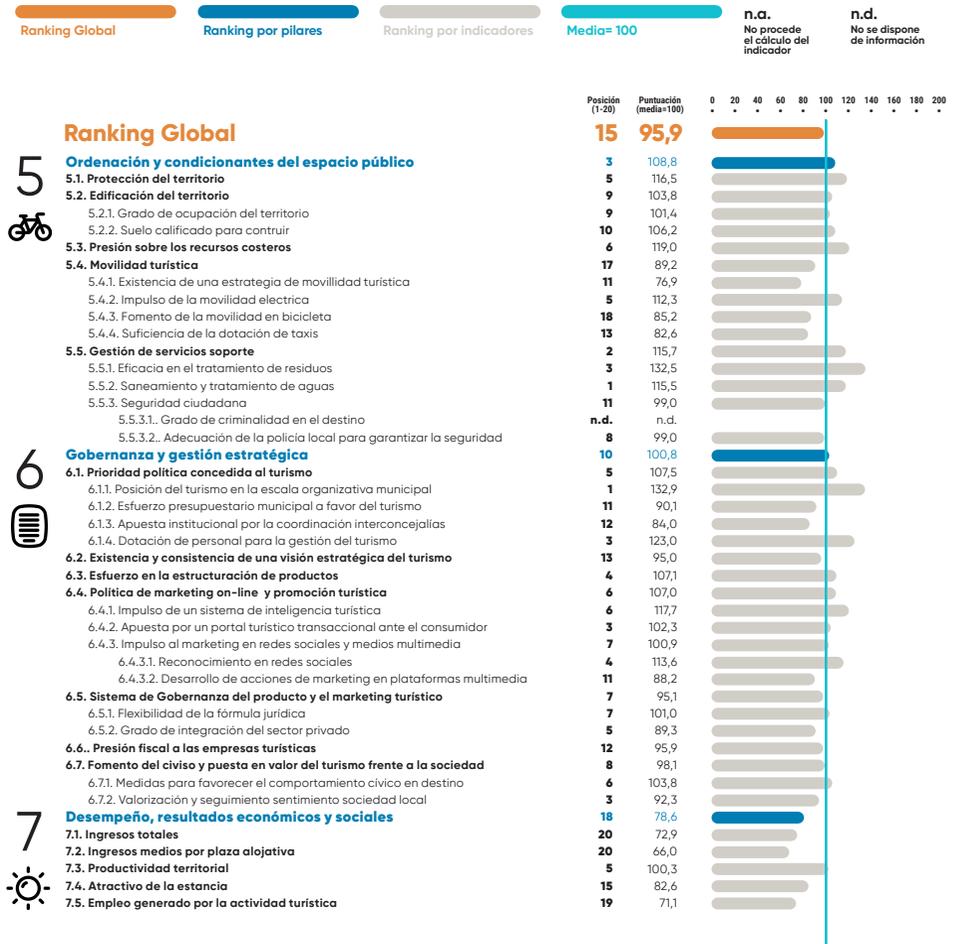
habitantes



# Calella

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Calella respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Calviá

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

2

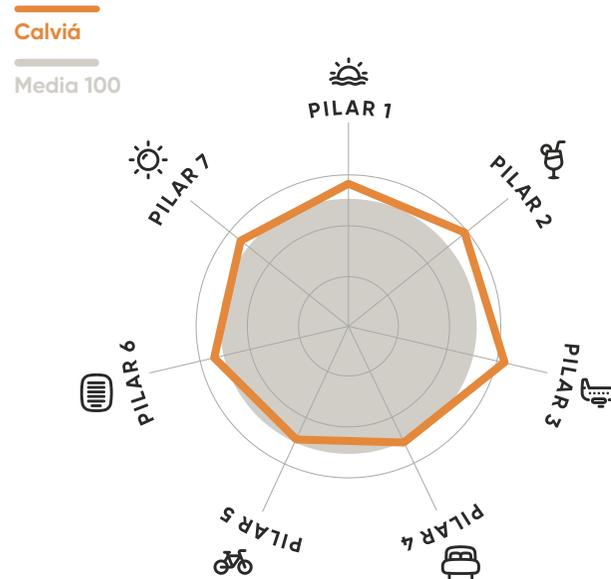
Índice. Media 100

110,5

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	112,8	2
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	119,8	2
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	126,7	2
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	104,4	7
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	101,4	9
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	105,4	5
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	107,8	8

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

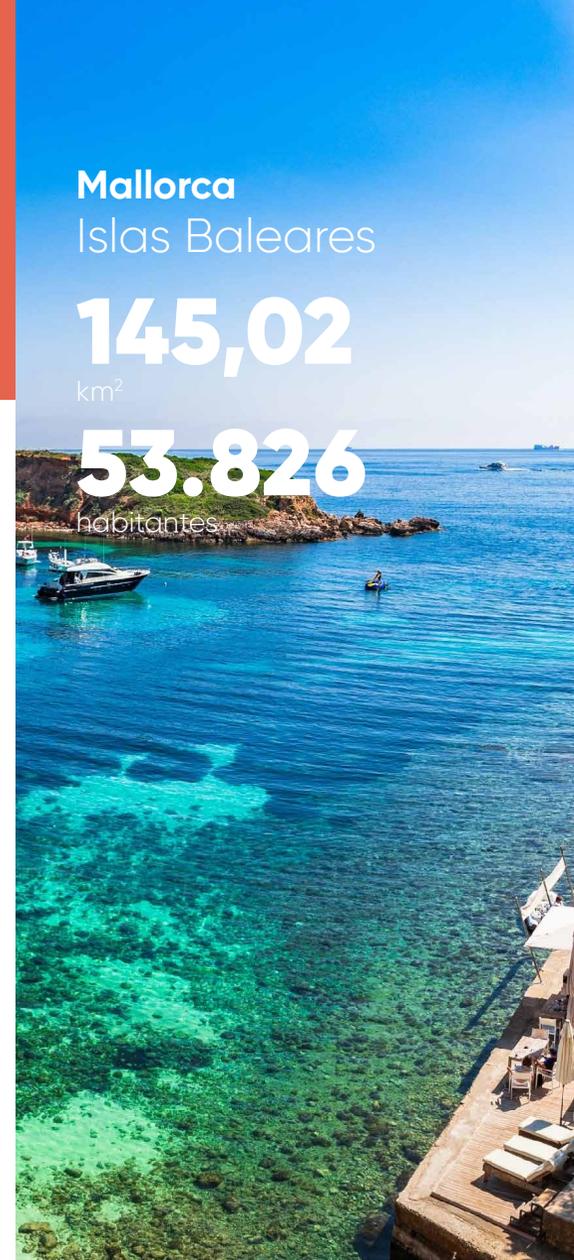


39°34'00"N 2°31'00"E

Mallorca  
Islas Baleares

145,02  
km<sup>2</sup>

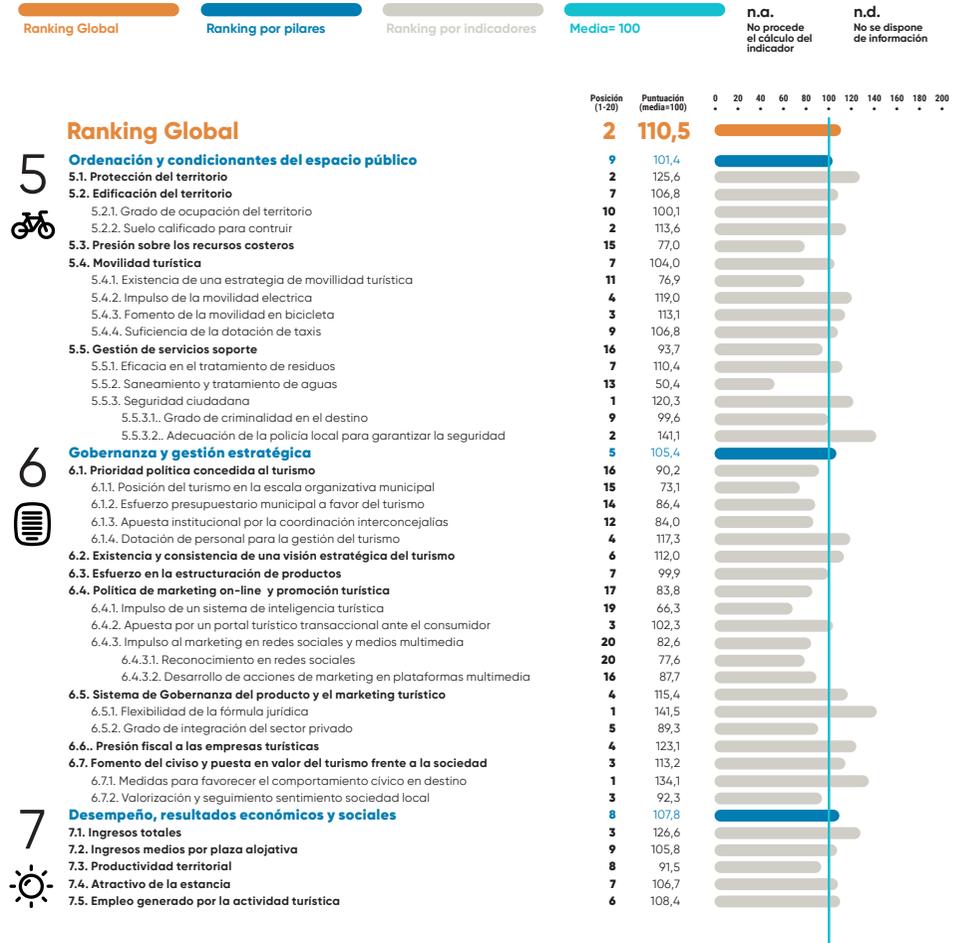
53.826  
habitantes



# Calviá

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Calviá respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Chiclana de la Frontera

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

9

Índice. Media 100

100,4

36°25'00"N 6°09'00"O

Cádiz

205,45

km<sup>2</sup>

89.805

habitantes

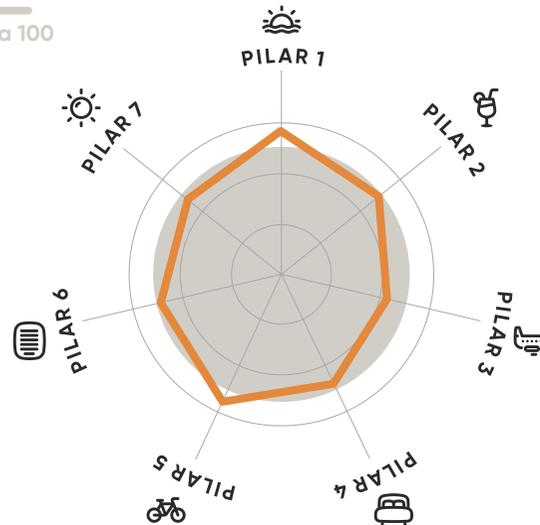
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	113,5	1
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	100,8	10
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	86,0	16
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	96,3	11
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	110,0	2
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	101,6	9
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	94,0	12

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Chiclana de la Frontera

Media 100



# Chiclana de la Frontera

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Chiclana de la Frontera respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Ciudadella

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

16

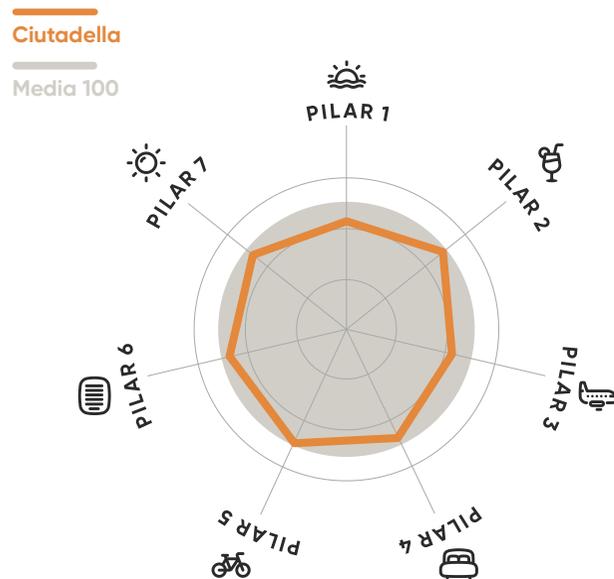
Índice. Media 100

92,6

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	85,6	19
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	96,3	12
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	83,9	18
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	93,4	15
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	99,5	11
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	94,0	15
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	93,6	13

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



40°00'05"N 3°50'11"E



Menorca  
Islas Baleares

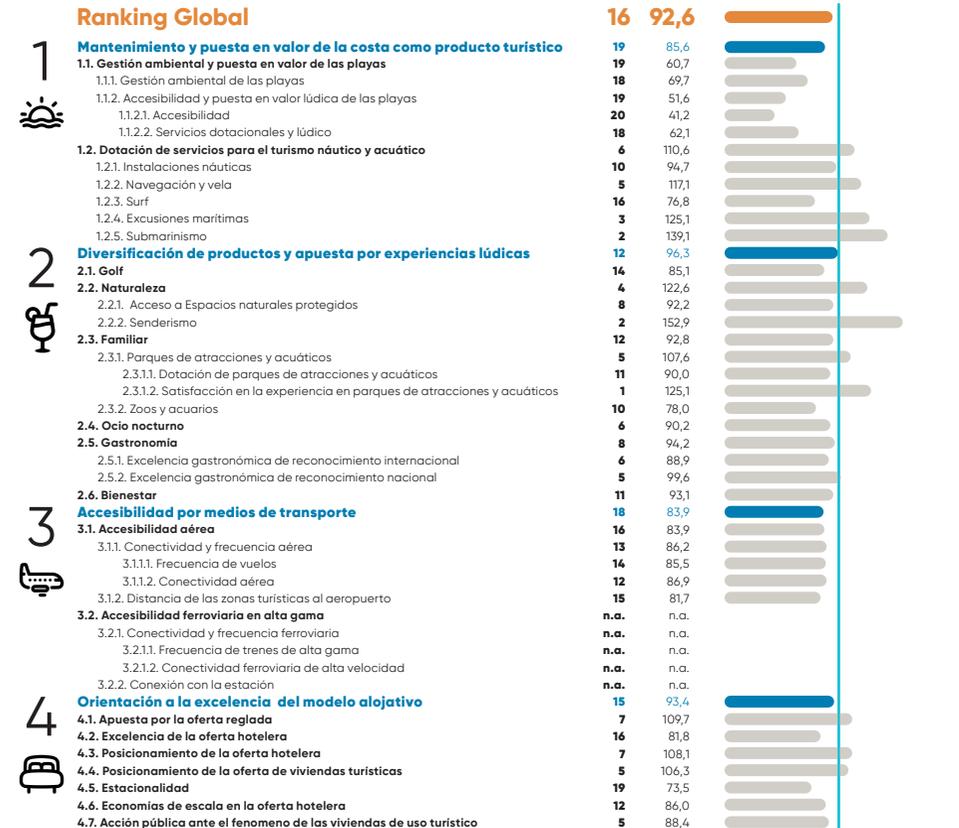
186,34  
km<sup>2</sup>

32.171  
habitantes

# Ciudadella

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Ciudadella respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



Ranking Global | Ranking por pilares | Ranking por indicadores | Media= 100 | n.a. No procede el cálculo del indicador | n.d. No se dispone de información

# Gandía

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

17

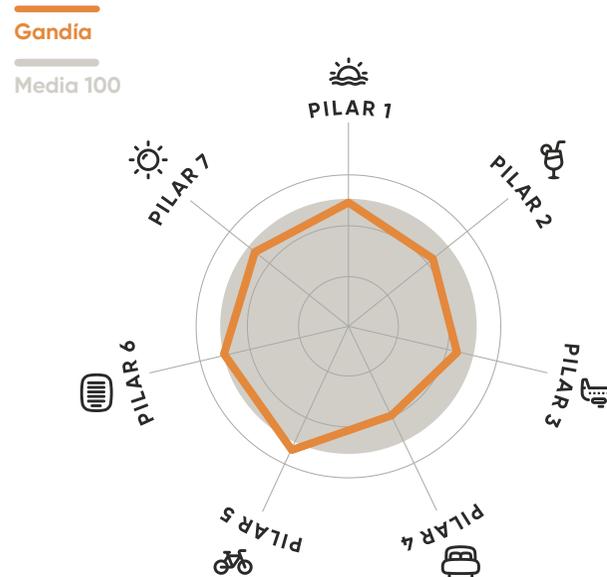
Índice. Media 100

91,6

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	97,0	13
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	85,5	20
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	87,2	15
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	77,7	20
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	107,4	4
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	99,6	12
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	78,5	19

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



38°58'00"N 0°10'56"O

Valencia

60,8

km<sup>2</sup>

80.001

habitantes



# Gandía

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Gandía respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Lloret de Mar

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

13

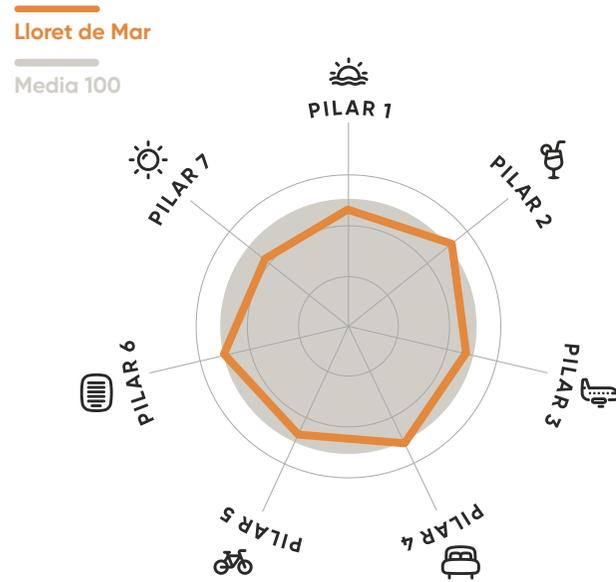
Índice. Media 100

96,9

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	93,5	15
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	103,8	6
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	96,4	12
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	102,8	8
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	92,5	16
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	101,7	8
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	83,1	17

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



41°42'00"N 2°50'00"E

Gerona

48,7

km<sup>2</sup>

42.134

habitantes



# Lloret de Mar

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Lloret de Mar respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Marbella

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

5

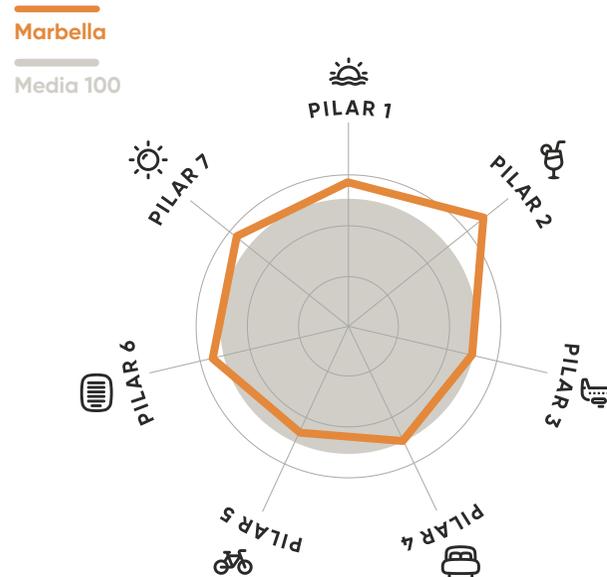
Índice. Media 100

107,2

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	112,8	3
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	134,8	1
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	98,8	10
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	100,9	9
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	90,4	19
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	105,2	6
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	109,5	6

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



36°30'41"N 4°53'00"O



Málaga

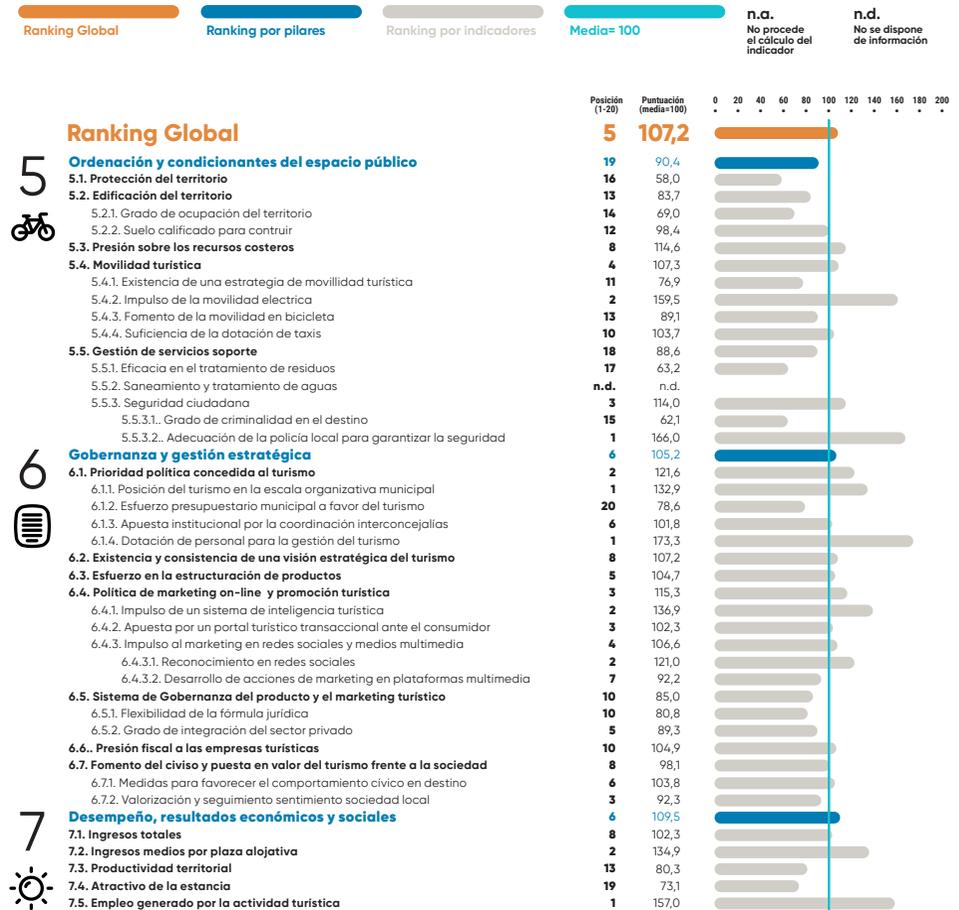
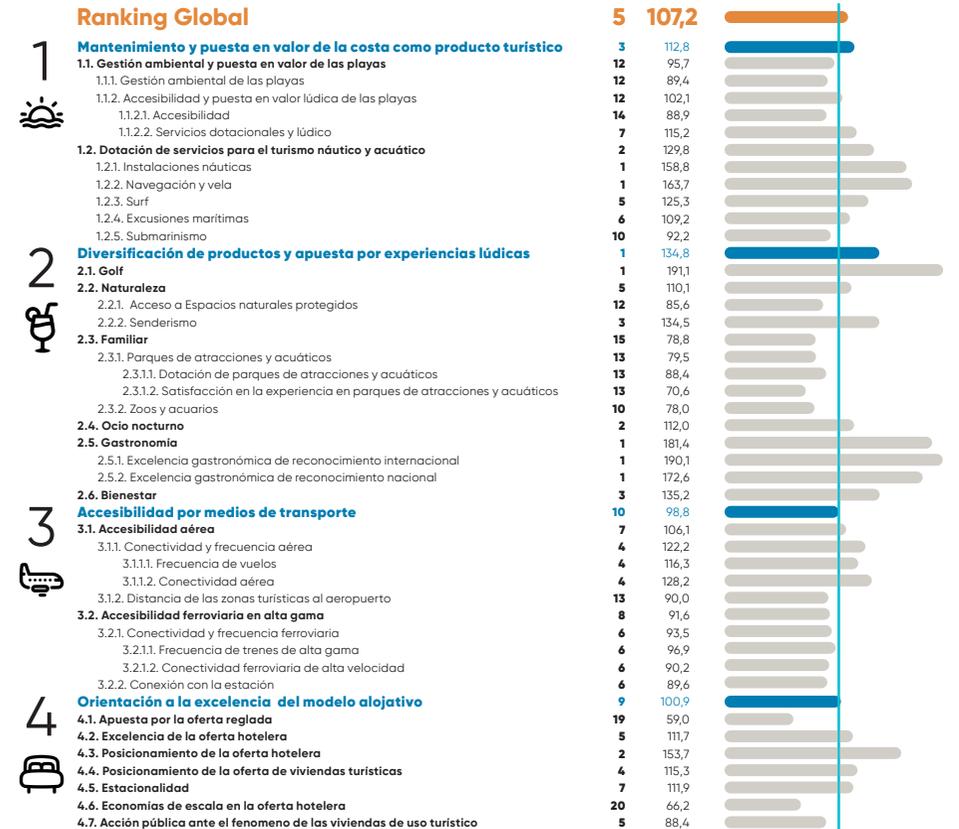
117,12

159.054 habitantes

# Marbella

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Marbella respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Pájara

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

12

Índice. Media 100

97,0

28° 21'N 14° 06'O

Las Palmas  
Islas Canarias

383,52  
km<sup>2</sup>

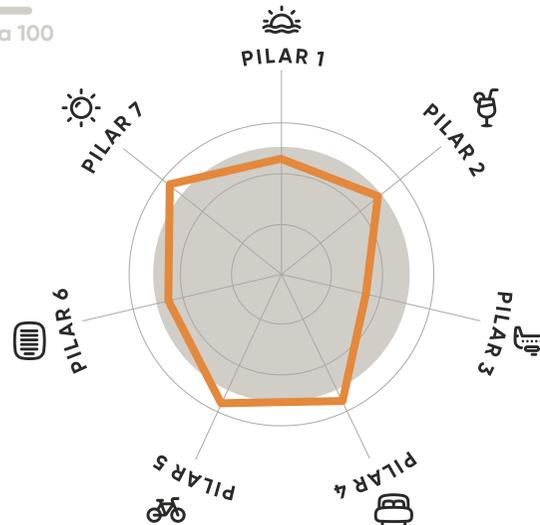
21.139  
habitantes

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	88,9	17
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	101,5	8
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	72,3	20
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	114,5	4
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	113,9	1
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	85,7	20
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	113,4	4

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Pájara  
Media 100



# Pájara

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Pájara respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Peñíscola

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

19

Índice. Media 100

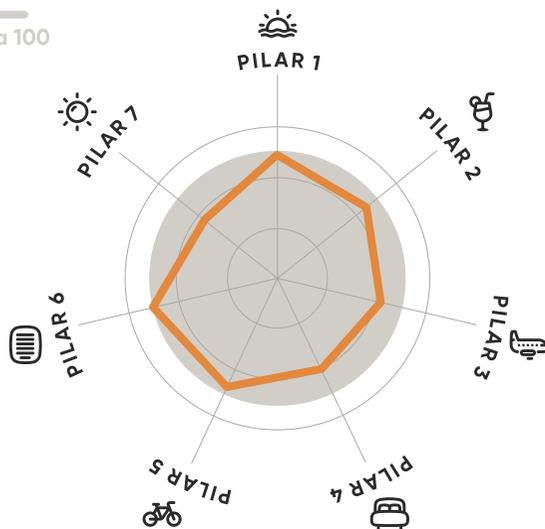
90,0

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	98,0	12
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	88,5	18
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	83,6	19
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	78,3	19
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	95,6	13
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	100,6	11
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	75,0	20

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Peñíscola  
Media 100



40°21'30"N 0°24'25"E

Castellón

78,97 km<sup>2</sup>

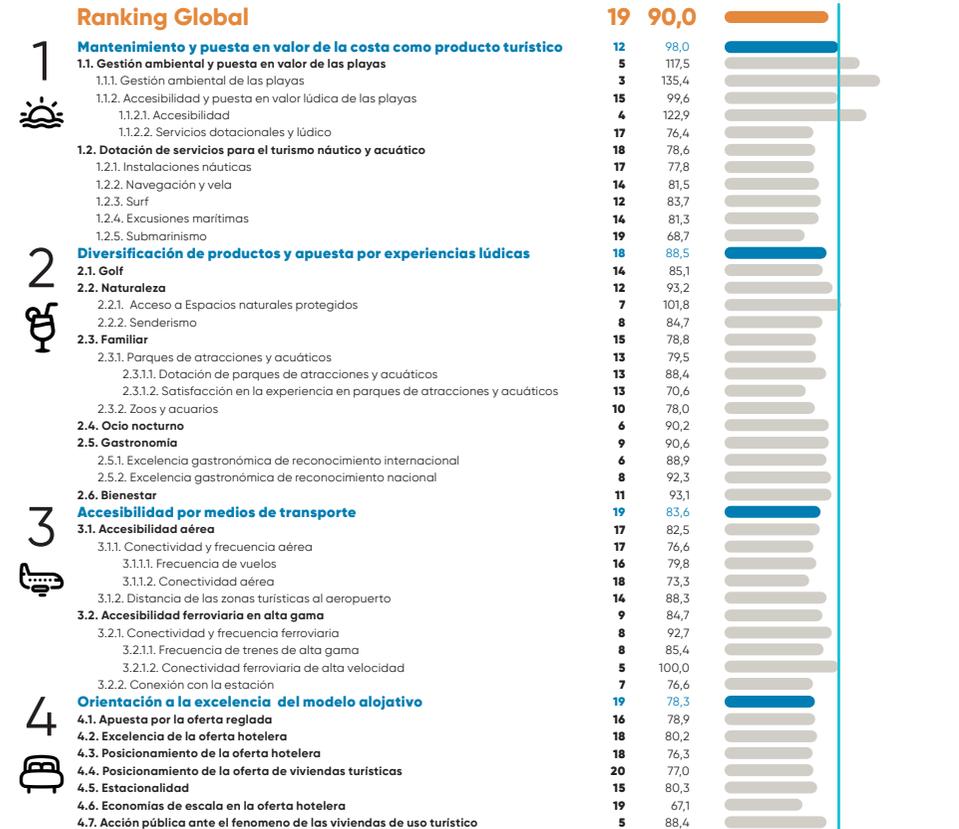
8.459 habitantes



# Peñíscola

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Peñíscola respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Playa de Palma

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

3

Índice. Media 100

108,9

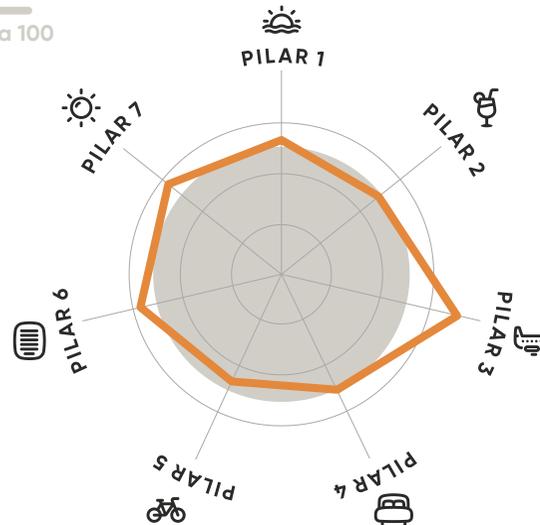
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	105,9	6
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	98,5	11
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	140,8	1
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	98,6	10
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	91,0	18
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	110,8	3
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	114,3	3

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Playa de Palma

Media 100



39°31'13"N 2°44'24"E

Palma de Mallorca  
Islas Baleares

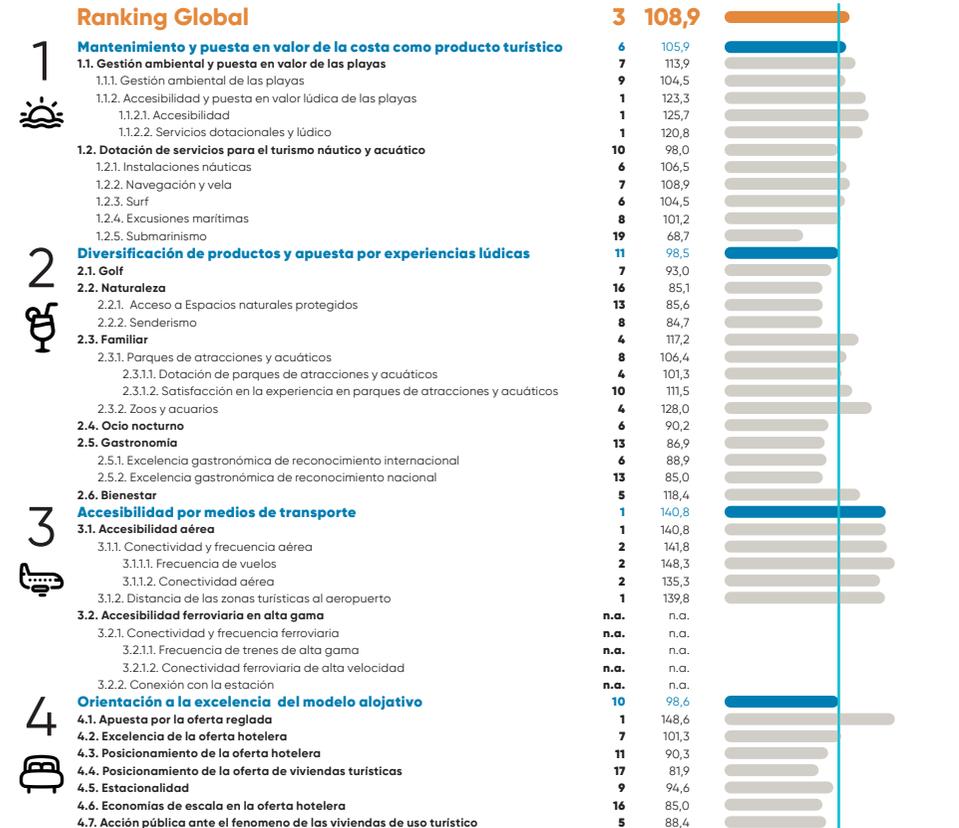
22.690  
habitantes



# Playa de Palma

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Playa de Palma respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a. No se procede al cálculo del indicador  
n.d. No se dispone de información

# Puerto de la Cruz

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

18

Índice. Media 100

90,1

28°25'00"N 16°33'00"O

Santa Cruz de Tenerife  
Islas Canarias

8,73  
km<sup>2</sup>

31.823  
habitantes

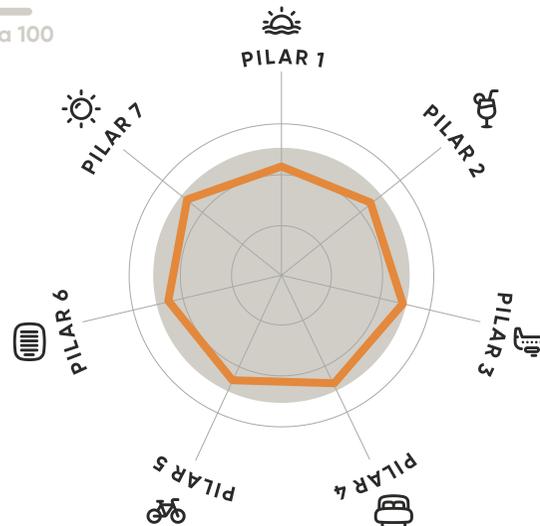
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	85,3	20
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	89,7	14
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	97,2	11
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	93,8	13
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	86,8	20
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	87,8	18
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	92,5	14

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Puerto de la Cruz

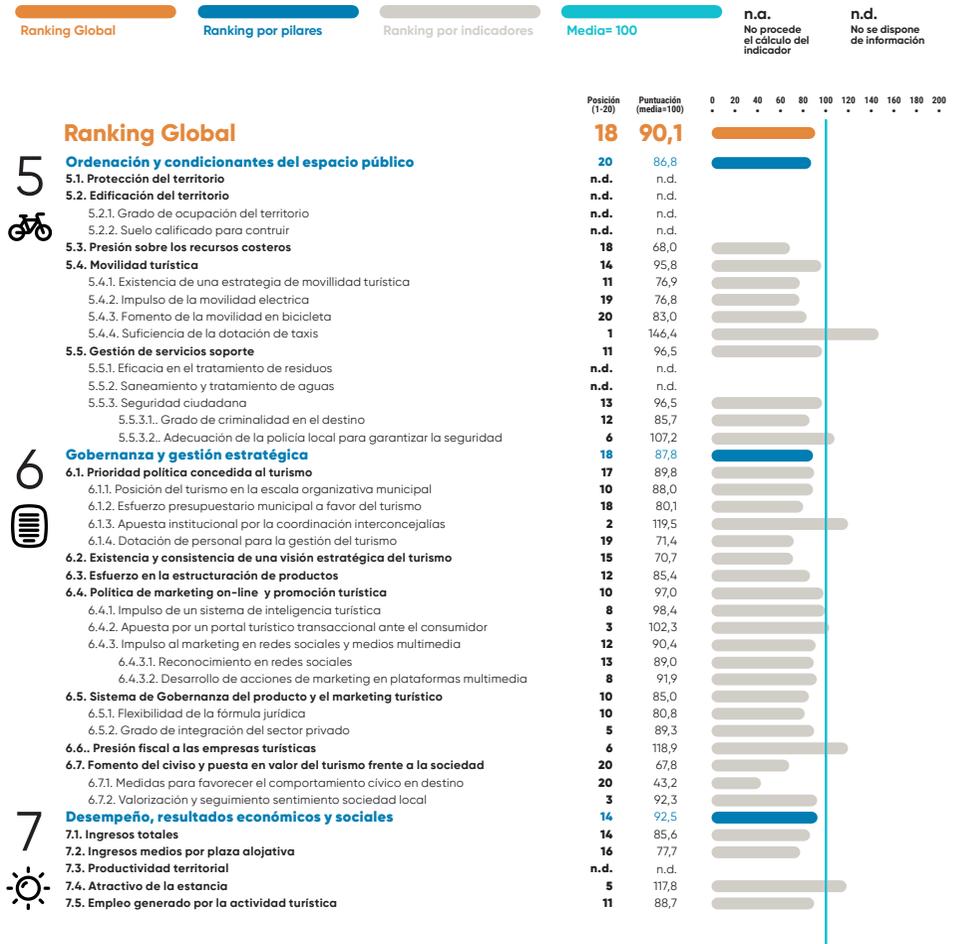
Media 100



# Puerto de la Cruz

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Puerto de la Cruz respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Roquetas de Mar

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

20

Índice. Media 100

89,7

6°46'53"N 2°36'53"O

Almería

59,65

km<sup>2</sup>

108.348

habitantes

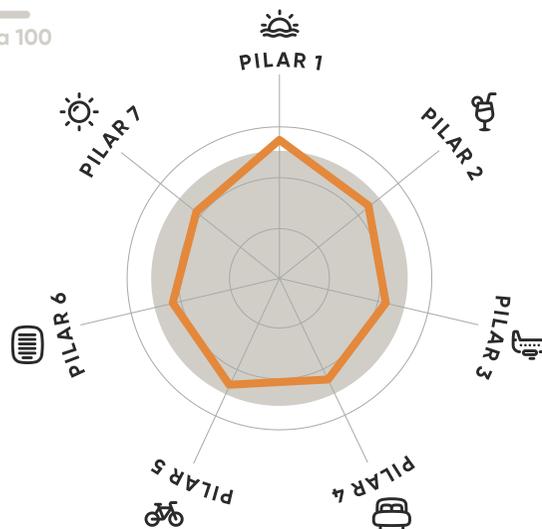
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	106,1	5
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	89,9	13
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	84,6	17
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	88,6	18
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	91,6	17
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	86,6	19
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	83,2	16

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Roquetas de Mar

Media 100



# Roquetas de Mar

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Roquetas de Mar respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Salou

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

10

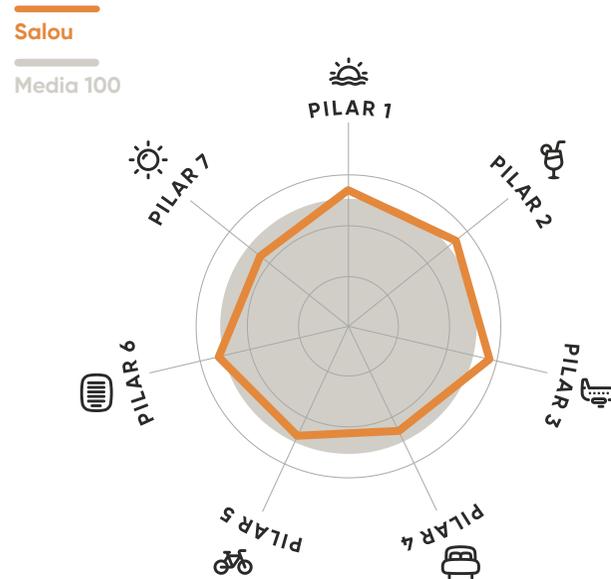
Índice. Media 100

100,3

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	104,3	7
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	107,6	5
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	114,0	5
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	91,1	16
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	93,8	14
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	103,1	7
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	85,0	15

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



41°04'47"N 1°07'54"E

Tarragona

15,1 km<sup>2</sup>

30.442 habitantes



# Salou

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Salou respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# San Bartolomé de Tirajana

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

6

Índice. Media 100

107,2

27°55'32"N 15°34'21"O

Las Palmas  
Islas Canarias

333,13  
km<sup>2</sup>

54.976  
habitantes

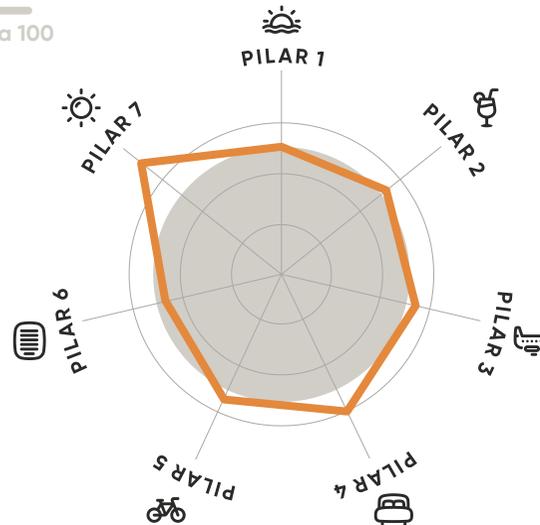
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	100,0	11
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	103,4	7
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	108,2	6
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	121,2	2
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	105,5	6
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	92,2	16
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	134,7	2

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

San Bartolomé de Tirajana

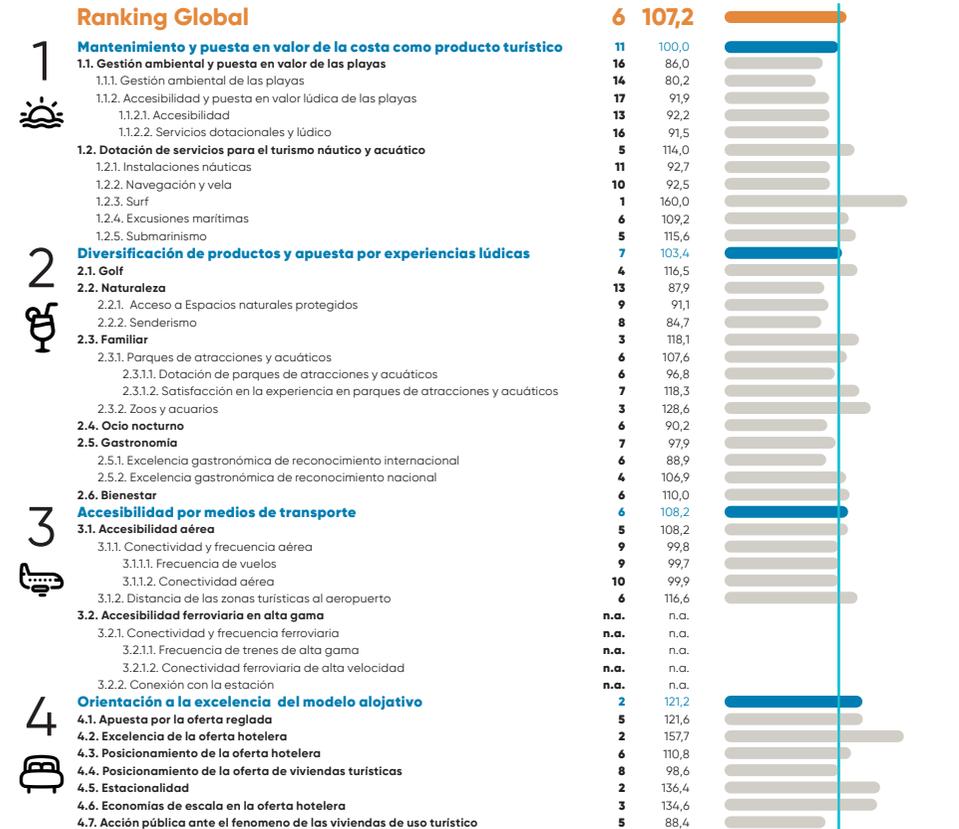
Media 100



# San Bartolomé de Tirajana

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de San Bartolomé de Tirajana respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Sant Josep de Sa Talaia

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

7

Índice. Media 100

104,2

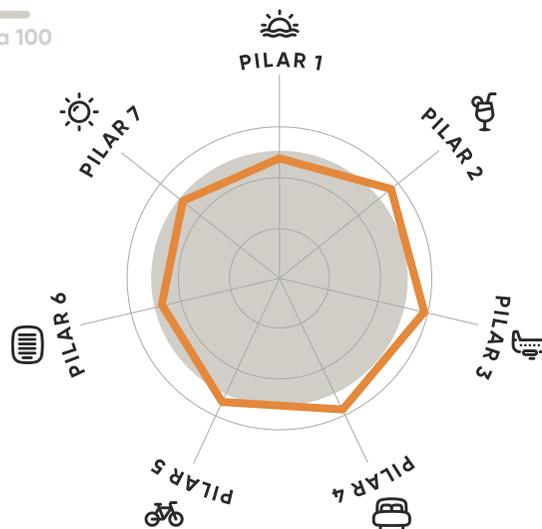
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	95,8	14
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	110,2	4
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	117,0	4
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	114,7	3
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	106,2	5
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	94,8	13
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	100,2	9

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Sant Josep de Sa Talaia

Media 100



8°55'18"N 1°17'36"E

Ibiza  
Islas Baleares

159,38

km<sup>2</sup>

30.480

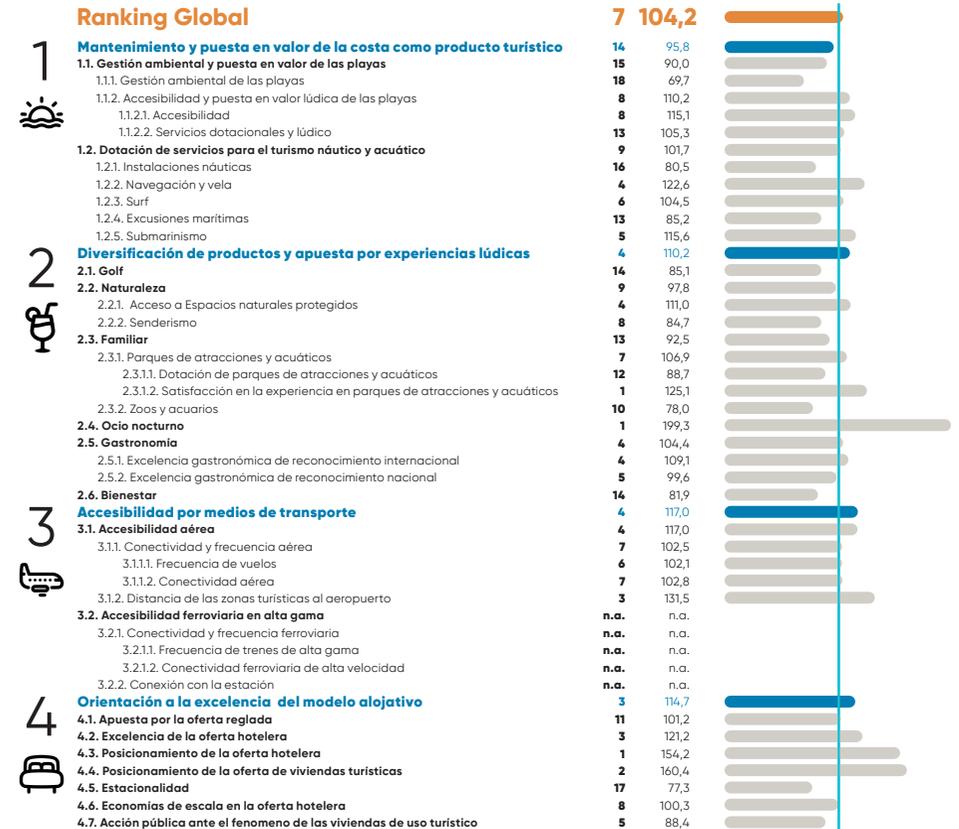
habitantes



# Sant Josep de Sa Talaia

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Sant Josep de Sa Talaia respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Santa Eulària des Riu

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

8

Índice. Media 100

101,6

38°59'05"N 1°32'01"E

Ibiza  
Islas Baleares

153,58  
km<sup>2</sup>

41.480  
habitantes

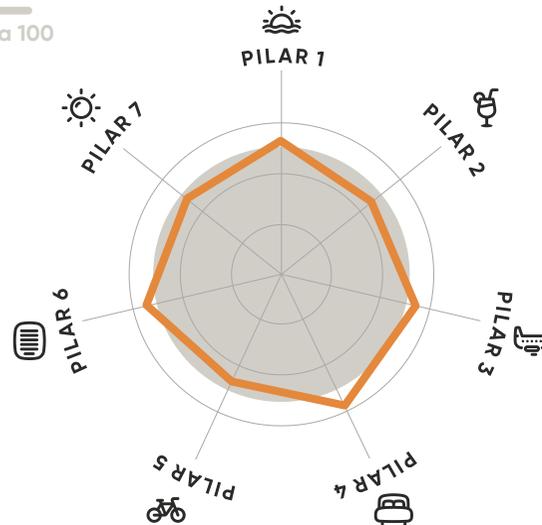
Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	104,1	8
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	89,4	15
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	104,5	9
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	111,5	6
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	93,1	15
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	106,9	4
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	96,1	11

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa

Santa Eulària des Riu

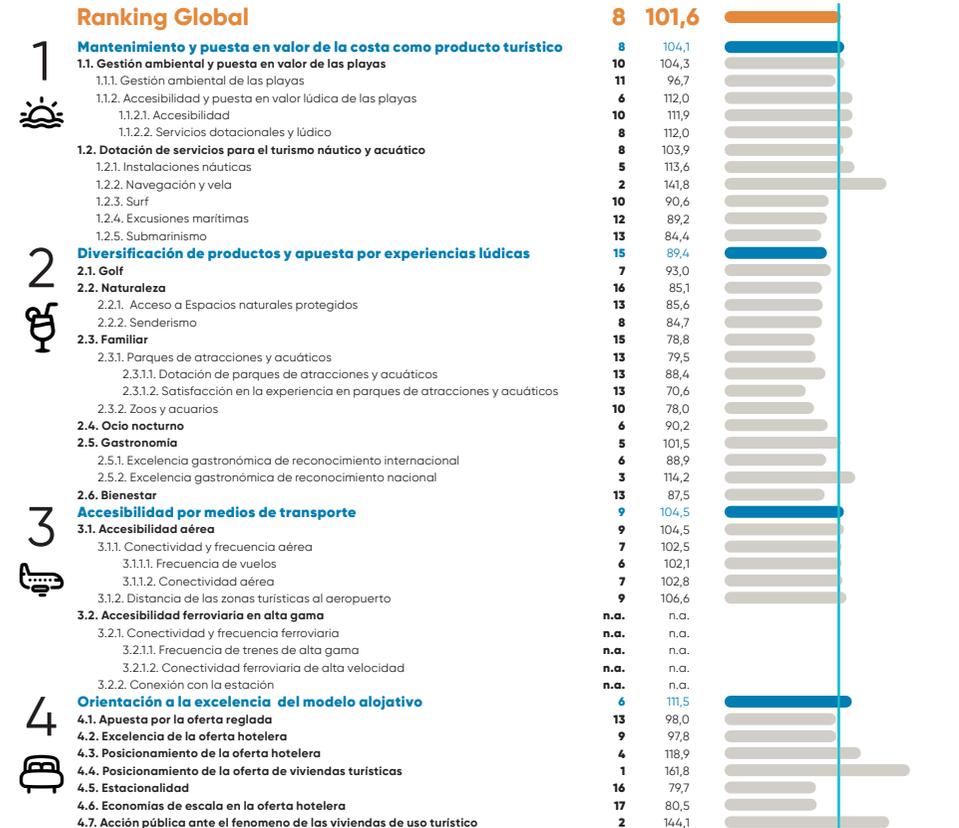
Media 100



# Santa Eulària des Riu

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Santa Eulària des Riu respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



# Torremolinos

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

14

Índice. Media 100

96,6

36°37'28"N 4°29'59"O

Málaga

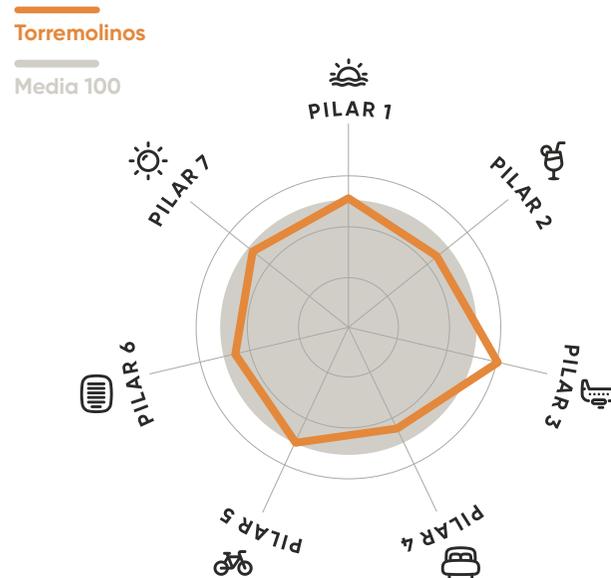
19,9  
km<sup>2</sup>

70.920  
habitantes

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	101,4	10
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	89,0	17
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	120,5	3
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	90,1	17
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	99,1	12
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	88,1	17
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	96,4	10

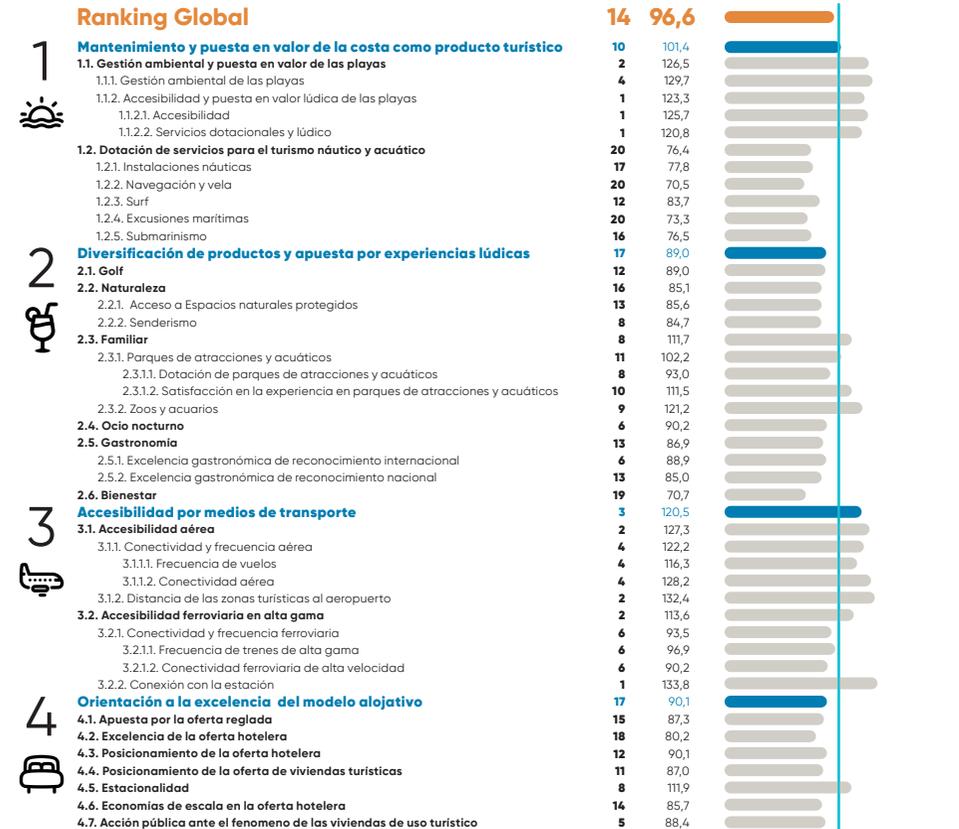
Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



# Torremolinos

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Torremolinos respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Yaiza

Ranking de competitividad relativa global 2024

Ranking 2024

11

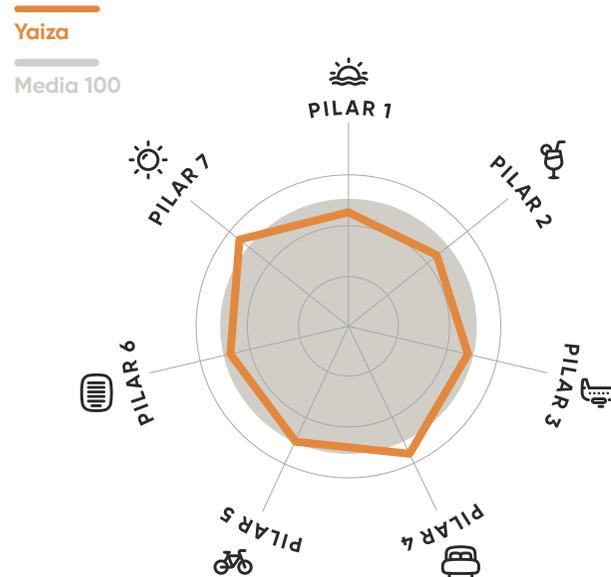
Índice. Media 100

97,8

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

	Media 100	Ranking 2024
 <b>PILAR 1</b> Mantenimiento y puesta en valor de la costa como producto turístico	87,9	18
 <b>PILAR 2</b> Diversificación de productos y apuesta por experiencias lúdicas	89,0	16
 <b>PILAR 3</b> Accesibilidad por medios de transporte	96,0	14
 <b>PILAR 4</b> Orientación a la excelencia del modelo alojativo	111,5	5
 <b>PILAR 5</b> Ordenación y condicionantes del espacio público	100,9	10
 <b>PILAR 6</b> Gobernanza y gestión estratégica	94,1	14
 <b>PILAR 7</b> Desempeño, resultados económicos y sociales	108,9	7

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de los 20 destinos del sol y playa



8°57'18"N 13°46'00"O

Las Palmas  
Islas Canarias

211,84  
km<sup>2</sup>

17.901  
habitantes



# Yaiza

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Yaiza respecto de los demás destinos de sol y playa.

Unidades. Índice (Media=100). Posición de 1-20



n.a.  
No procede el cálculo del indicador

n.d.  
No se dispone de información

# Anexo

## Metodología y fuentes de información a Metodología

Como en el resto de monitores de competitividad elaborados por EXCELTUR, el objetivo de SolyTur es ofrecer un indicador global que resuma el conjunto de indicadores incluidos en el estudio. Dado que estos indicadores provienen de fuentes de información expresadas en unidades, escalas y valores muy diversos, ha sido necesario aplicar técnicas estadísticas para su agregación y comparación.

En concreto, para eliminar el efecto de las distintas escalas, cada indicador ha sido normalizado estadísticamente, transformándolo en una distribución con media 0 y desviación estándar 1. Posteriormente, para facilitar su interpretación y lectura, los valores han sido tipificados, estableciendo la media de los diferentes destinos en 100 y evitando así valores negativos.

Gracias a este proceso, SolyTur presenta de manera homogénea la posición de cada uno de los 20 destinos en los 63 indicadores seleccionados, los 16 ámbitos competitivos identificados, los 7 pilares y la clasificación global.

Siguiendo la metodología utilizada desde hace más de 30 años por el World Economic Forum en su Índice de Competitividad Global y en su Índice de Competitividad Turística, así como en los monitores previos de EXCELTUR (MoniTUR y UrbanTUR), la agregación de los indicadores en SolyTur se realiza de forma proporcional. Esto significa que no se aplican juicios de valor arbitrarios sobre el peso de cada indicador en el cálculo global, asegurando un resultado neutral y evitando que la clasificación dependa de criterios subjetivos. Con este sistema se pretende conseguir un resultado neutral, evitando que la posición relativa de cada municipio esté sujeta a los criterios subjetivos de la ponderación que se atribuya a cada uno de los componentes del monitor.

En los casos en los que un destino no dispone de datos en un indicador —ya sea porque la fuente de referencia no ha generado información o porque su propia naturaleza lo impide (por ejemplo, la falta de conectividad ferroviaria en destinos insulares)—, dicho indicador no se incorpora en el cálculo de su posición competitiva relativa.

Como resultado de este proceso de normalización, tipificación y agregación, SolyTur ofrece un posicionamiento relativo global para cada uno de los 20 destinos de sol y playa analizados, distribuidos en una escala de 1 a 20, donde 1 representa el destino mejor posicionado. En caso de empate en un indicador, los destinos comparten la misma posición en el ranking, y su orden en la tabla de resultados se determina por orden alfabético.

## Fuentes de información

La estructura y los contenidos finales de SolyTur 2024 han estado determinados por las fuentes de información disponibles. La definición de los 63 indicadores incluidos en el Monitor se ha basado principalmente en fuentes oficiales y públicas. Además, con el objetivo de recopilar de manera adecuada las diversas iniciativas desarrolladas por los ayuntamientos de los 20 destinos analizados, en julio de 2024 se envió un cuestionario individualizado a los responsables turísticos de cada municipio, el cual fue respondido por los equipos municipales.

El valor de los distintos indicadores incorporados a SolyTur 2024 corresponde al último dato disponible al cierre del proyecto, fechado el 30 de diciembre de 2024.



SolyTUR 2024

## Agradecimientos

La elaboración de esta segunda edición del Monitor de Competitividad Turística Responsable de los Destinos de Sol y Playa en el litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias (SolyTur 2024) ha sido posible gracias a la colaboración y el aporte de información de numerosas instituciones y profesionales, cuyo apoyo ha resultado fundamental para la ejecución del proyecto.

En particular, queremos expresar nuestro especial agradecimiento a los máximos responsables de turismo de los 20 gobiernos municipales y a sus equipos técnicos por su implicación, dedicación y el valioso tiempo invertido. Su colaboración ha sido clave, tanto por la extensa información suministrada sobre sus iniciativas de política turística como por su disposición para aclarar y ampliar detalles sobre su grado de desarrollo. Esto ha permitido evaluar dichas iniciativas con mayor precisión y profundidad.

Asimismo, agradecemos el apoyo y la colaboración del Instituto Nacional de Estadística (INE) en el acceso a la información con granularidad territorial como en las orientaciones para su correcta interpretación y análisis.

También es imprescindible reconocer la labor de generación de información estadística a nivel local de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, el Ministerio del Interior y la Real Federación Española de Golf. Su contribución ha sido esencial para medir aspectos clave de la competitividad turística de los destinos del sol y playa en España.

solytur  
2024

# Exceltur

## MARZO 2025

AIR NOSTRUM

AMADEUS IT GROUP

AMERICAN EXPRESS

ATOM HOTELES SOCIMI GMA

BALEARIA

BINTER CANARIAS

EUROP ASSISTANCE

FUERTE HOTELES

GLOBAL EXCHANGE

GOOGLE

GRUPO IBEROSTAR

GRUPO INVERSOR HESPERIA

GRUPO PIÑERO

GRUPO VIAJES EL CORTE INGLÉS

HBX GROUP

HERTZ ESPAÑA

HIP

HOSPITEN

HOTELES SERVIGROUP

IBERIA LAE

JUMBO TOURS GROUP

LORO PARQUE

MELIA HOTELS INTERNATIONAL

META

MINOR HOTELS EUROPE & AMERICANS

OK MOBILITY GROUP

PALLADIUM HOTEL GROUP

RIU HOTELS & RESORTS

SENATOR HOTELS & RESORTS

VALENTIN HOTELS

Si desea información adicional, por favor, visite [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

Copyright © Exceltur 2024. Todos los derechos reservados.

Reservados todos los derechos. El contenido de esta publicación no puede ser total ni parcialmente reproducido, transmitido ni registrado por ningún sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni a través de ningún medio o soporte, sin el previo consentimiento por escrito de los titulares del copyright.

EXCELTUR no se hace responsables del uso que de esta información puedan hacer terceras personas. Nadie puede hacer uso de este material salvo autorización expresa por parte de EXCELTUR.

solytur  
2024



Exceltur

TURISMO  
BIEN

solymar

2024