

Animación Turística

Elaborado por:

Katia Machuca Sánchez

Coautor: Francisco Jurado Bello

EDITORIAL ELEARNING

ISBN: 978-84-17446-09-3

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

índice

Animación turística

UD1

Estructuras organizativas y funcionales

1.1.	Estructuras organizativas y funcionales	19
1.1.1.	Alojamientos turísticos, historia y concepto	19
1.1.2.	Clasificación y características de los establecimientos turísticos	25
1.2.	Turismo para todos	34
1.3.	Regulaciones y normativas	38
1.4.	Importancia de la animación en los alojamientos turísticos	40
	<i>Lo más importante</i>	43
	<i>Autoevaluación UD1</i>	45

UD2

La animación y sus responsables, los animadores

2.1.	¿Qué es la animación? Concepto y antecedentes	51
2.2.	Objetivos y situación de la animación turística	53
2.3.	Los animadores, ¿quienes somos?	54
2.4.	Clasificación, características y cualidades del animador	57
2.5.	Formación y capacitación	60
2.6.	Ocupaciones y puestos de trabajo	64
	<i>Lo más importante</i>	99
	<i>Autoevaluación UD2</i>	101

UD3

Elementos para la organización y funciones de un departamento de animación

3.1. La organización en el departamento de animación	110
3.2. Relaciones con otros departamentos	117
3.3. Espacios y recursos humanos	123
3.4. Recursos económicos	130
<i>Lo más importante</i>	137
<i>Autoevaluación UD3</i>	139

UD4

La organización, desarrollo y control de actividades

4.1. Diseño de los programas de animación	146
4.2. Herramientas para la organización del programa	148
4.3. Tipos de programas de animación	151
4.4. Temporalización de programas y actividades	156
4.5. La evaluación en los procesos de animación	160
4.6. Promoción, publicidad y venta de nuestras actividades	162
<i>Lo más importante</i>	167
<i>Autoevaluación UD4</i>	171

UD5

Dinámica y dinamización de grupos

5.1. Grupo, fases y clasificación	177
5.2. Los roles en el desarrollo del grupo	182
5.3. Líder y liderazgo	184
5.4. El logro de dinamizar un grupo	186
5.5. ¿Qué entendemos por dinámica de grupos?	187
5.6. Clasificación de las dinámicas de grupo	190
5.7. Diseño y aplicación de las dinámicas de grupo	191
5.7.1. La ficha técnica de una dinámica de grupo	192
5.8. Criterios para elegir la dinámica adecuada	194
<i>Lo más importante</i>	203
<i>Autoevaluación UD5</i>	205

<i>Bibliografía</i>	209
---------------------------	-----

UD1

Estructuras organizativas y funcionales

- 1.1. Estructuras organizativas y funcionales
 - 1.1.1. Alojamientos turísticos, historia y concepto
 - 1.1.2. Clasificación y características de los establecimientos turísticos
- 1.2. Turismo para todos
- 1.3. Regulaciones y normativas
- 1.4. Importancia de la animación en los alojamientos turísticos



hoStelería y
turismo

El fenómeno turístico

Comenzamos esta unidad con un breve análisis del fenómeno turístico ya que consideramos que cualquier persona que pretenda desarrollarse en este sector ha de conocer sus raíces históricas, su presente y su futuro, así como una serie de aspectos básicos fundamentales para el buen entendimiento y desempeño de su actividad.

El turismo es un fenómeno de reciente formación y de una extraordinaria expansión y evolución. Así, en los últimos años, se ha pasado de un turismo considerado un bien de lujo a un bien de primera necesidad para las economías más desarrolladas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define a el turismo como “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocio y otros motivos, siempre que estos no sean lucrativos”.

El turismo a lo largo de los años ha ido evolucionando de la mano del desarrollo económico y sociocultural pasando de ser una actividad turística puntual en determinadas zonas a un turismo de masas y expandido por todo el planeta.

Por tanto, el turismo se ha convertido en una actividad global, en la que para su desarrollo han influido factores determinantes como:

- ↻ Conquista del tiempo: mayor tiempo para actividades de ocio para la mayoría de la población.
- ↻ Conquista del espacio: gracias a las innovaciones tecnológicas y en transportes, permitiendo desplazar a gran número de viajeros en tiempos mínimos.
- ↻ Incremento del poder adquisitivo de países desarrollados: en contraste con los menos desarrollados.
- ↻ Y, como ya se ha señalado, conversión del **turismo en un bien de primera necesidad**.

Evolución histórica

Desde muy antiguo se han producido viajes de placer, educativos, religiosos, etc., Ya en Egipto, en el año 1500 a.C. se realizaban desplazamientos para conocer las pirámides, y en Grecia para conocer el Partenón o acudir a las Olimpiadas.

Posteriormente, los romanos empiezan a viajar para conocer todo su Imperio, cosa que se hacía mucho más fácil dada la relativa paz dentro de los límites de éste y la construcción de calzadas, además en esta época aparecen las primeras posadas y el turismo de balnearios.

Más tarde, en la Edad Media, se producen las primeras peregrinaciones a lugares como Santiago de Compostela o Tierra Santa.

En el S. XVI, renace el mencionado turismo de balnearios en Europa en ciudades como Bath (Reino Unido), Baden-Baden (Alemania) o Spa (Bélgica).

A partir de 1600 d.C. nace lo que se denomina Grand Tour el cual era un itinerario, sobre todo para los jóvenes británicos ilustrados, recorriendo ciudades como París, Atenas, Florencia, Venecia o la Costa Azul.

Pero no será hasta el siglo XIX y gracias a la Revolución industrial, sobre todo con el nacimiento y desarrollo del ferrocarril y la navegación a vapor, cuando se empiece a tomar conciencia del fenómeno turístico y comience a adquirir relevancia mundial.

Así, fue el británico Thomas Cook, considerado uno de los primeros agentes de viajes, quien realizó el primer viaje organizado en Inglaterra, en 1841, un viaje de ida y vuelta en tren de 35 kilómetros de distancia.

Además, han existido otros grandes personajes que innovaron en aspectos como la hotelería (Ritz), los trenes (Pullman), los cheques de viajes (Wells), etc.

Pero, no será hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando los viajes se generalicen, por las mejores condiciones de vida, produciéndose el gran boom turístico.

Por su parte en España, en el S. XIX empiezan a llegar artistas románticos atraídos por el folklore y la historia que viajan sobre todo a la zona Mediterránea y Andalucía. Aunque no será hasta los años 50-60 cuando se produzca el primer "boom turístico" español, creándose en el año 1951 el Ministerio de Información y Turismo. En este momento España alcanza los 24 millones de turistas.

Desde estos años, el número de turistas de todo el mundo que nos visitan cada año no ha parado de crecer.

Así, en los años 90 se produce el segundo "boom turístico" con acontecimientos tan destacados como las Olimpiadas de Barcelona o la Expo de Sevilla en 1992. En esta década España alcanza los 60 millones de turistas.

Actualmente, y gracias al buen hacer de nuestro país en materia turística así como a otros factores externos que están afectando a nuestros competidores turísticos, España se encuentra en el segundo lugar en el ranking de países que más turistas reciben el mundo, solo por detrás de Francia, marcándose en 2018 un nuevo record con 82 millones de turistas.

Por tanto, se puede decir que España vive hoy en día un tercer “boom turístico”.



Conceptos básicos relacionados con el Turismo

Aparte de la definición dada sobre el turismo, existen otra serie de conceptos básicos relacionados con esta disciplina que todo agente relacionado con el turismo ha de saber. Básicamente son las siguientes:

- ↻ **Visitantes:** personas que visitan un lugar diferente de aquel en el cual tiene su residencia y sin ánimo de lucro.
- ↻ **Turistas:** visitantes temporales que permanecen al menos 24 horas en el lugar que visitan.
- ↻ **Excursionistas:** visitantes que permanecen menos de 24 horas en el lugar que visitan.
- ↻ **Oferta turística:** conjunto de bienes y servicios, recursos e infraestructuras, estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados y consumidos por los turistas.

- ↻ **Demanda turística:** conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura.
- ↻ **Corriente turística:** movimiento migratorio que desplaza a los turistas de un lugar geográfico a otro.
- ↻ **Turismo interno o doméstico:** corriente turística que se desplaza de una zona geográfica a otra, dentro del propio país.
- ↻ **Turismo emisor:** corriente turística que se desplaza de una zona geográfica a otra, de un país a otro diferente.
- ↻ **Turismo receptor:** corriente turística que llega a una región o país diferente del de su residencia habitual.
- ↻ **Turismo interior:** corriente turística que se desplaza dentro de un mismo país o región, incluyendo los viajes de los nacionales y los no nacionales dentro de un mismo país.
- ↻ **Turismo nacional:** referido a todos los viajes realizados por los nacionales de un país, tanto dentro como fuera de sus fronteras.
- ↻ **Turismo internacional:** es la suma del turismo receptor y turismo emisor.
- ↻ **Turismo individual:** conjunto de turistas que viajan de forma individual.
- ↻ **Turismo de masas:** conjunto de turistas que viajan en grupo o masivamente.
- ↻ **Turismo itinerante:** aquel que desarrolla actividades turísticas a lo largo de un itinerario.
- ↻ **Turismo de estancias o residencial:** se basa en la permanencia prolongada de las vacaciones en un lugar geográfico determinado.

Valoración del hecho turístico desde la perspectiva de sus efectos económicos, culturales, socio-políticos y medioambientales

El turismo es una actividad económica que provoca el desplazamiento de millones de personas cada año, por lo que necesariamente tiene que provocar múltiples efectos en ámbitos diferentes. Estos efectos serán positivos o negativos dependiendo del punto de vista desde el que se observen, y factores que en principio son positivos para un destino a la larga pueden tornarse en negativos y viceversa.

↻ Efectos económicos del turismo

Los principales impactos económicos del turismo están vinculados a las ganancias de divisas, a la contribución a los ingresos estatales, a la generación de empleo y renta, y al estímulo del desarrollo regional.

Las dos primeras consecuencias tienen lugar a nivel macroeconómico, es decir en el ámbito nacional, mientras que el resto lo hacen a escala regional o local.

El sector turístico es uno de los sectores más importantes de la economía mundial y ejerce dos funciones fundamentales:

1. En el comercio: el acto de viajar estimula el comercio, pues constituye oportunidades de negocio y genera exportaciones.
2. En la redistribución: ayuda a que la riqueza se distribuya, sobre todo de países más desarrollados a los de menos desarrollados.

Por tanto, entre los principales efectos económicos del turismo destacan los siguientes:

- ↻ **Contribución al PIB:** el turismo es una actividad económica que influye decisivamente en el PIB de los países, aunque dependerá de la mayor o menor importancia de ésta actividad en la economía del país. En el caso de España es fundamental con una aportación del 11,2% en 2016 y con una expectativa de que influya hasta el 15% en 2020. Hay que tener en cuenta que si bien en varios sectores de la economía española su aportación al PIB ha bajado considerablemente durante la crisis, lo contrario ha sucedido en el sector turístico. Esto, a priori, es positivo, aunque genera una gran dependencia del sector turístico.
- ↻ **Creación y desarrollo de infraestructuras y empresas turísticas:** en cualquier destino turístico se crean y mejoran gran cantidad de infraestructuras, como aeropuertos, carreteras, etc., así como de empresas relacionadas con el turismo como hoteles, agencias de viajes, etc. Este efecto positivo puede tornarse en negativo si no se gestionan las infraestructuras de forma adecuada, véase el ejemplo del aeropuerto de Castellón o algunos palacios de congresos en nuestro país.
- ↻ **Efectos sobre otros sectores de actividad:** es lo que se conoce como el "efecto multiplicador". Algunos de los sectores afectados son la construcción, la agricultura, la alimentación, etc. También puede crear una gran dependencia del sector turístico.

- ↻ **Elevación de la inversión:** el sector turístico es un sector con gran atractivo para la inversión tanto pública como privada.
- ↻ **Efectos sobre la balanza de pagos:** en el caso de los países receptores, el turismo actúa de forma similar a una exportación, ayudando a incrementar sus cuentas de ingresos. El efecto contrario se produce en los países emisores.
- ↻ **Recaudación de impuestos:** el Estado genera grandes cantidades de ingresos procedentes de impuestos tales como IVA, alcohol, IRPF o el impuesto de sociedades de las empresas.
- ↻ **Efecto sobre los precios:** la llegada masiva de personas a un determinado espacio geográfico provoca que aumenten los precios de los productos y servicios que se ofertan en él.
- ↻ **Efecto sobre el empleo:** el turismo requiere una gran cantidad de mano de obra. Según datos del INE, el turismo generó en España 2,5 millones de empleos en 2016, representando el 13% del empleo total de España. El lado negativo en este aspecto, en muchas ocasiones, es la estacionalidad, el trabajo a tiempo parcial y mal remunerado.
- ↻ **Efectos socioculturales**

El turismo puede generar graves problemas sociales, a menudo difíciles de cuantificar, aunque por el contrario, el turismo bien organizado puede favorecer los contactos entre los visitantes y la población local, fomentar los intercambios culturales, reforzar vínculos entre países, etc.



Por tanto, entre los efectos socioculturales del turismo destacan los siguientes:

- ↻ **Aculturación:** fenómeno que provoca, fruto del contacto entre diferentes sociedades, el intercambio de pautas culturales de diferentes ámbitos, como en la gastronomía, en la estética, en los hábitos sociales, etc.

- ↳ Facilita la relación con otros países y reduce los comportamientos xenófobos.
 - ↳ Recuperación de actividades tradicionales: si bien la aculturación puede provocar una pérdida de valores tradicionales, por otra parte el turismo ayuda a recuperar otros como la artesanía, fiestas, tradiciones, etc.
 - ↳ Programación de actividades culturales para la satisfacción del turista: como conciertos, obras de arte, exposiciones, etc.
 - ↳ Rechazo de los visitantes por parte de la comunidad local: sobre todo si es zona de turismo masivo y el cliente es de bajo nivel social y cultural. Este aspecto ha dado lugar en los últimos años a la aparición del concepto Turismofobia, esto es, el rechazo de la población local al turismo.
 - ↳ Aumento de la criminalidad: los delincuentes se desplazan a estas zonas ya que ven en el turismo una forma de ganarse la vida.
- ↪ Efectos medioambientales.

Es indudable, y cada vez más, el impacto que genera algunas formas de turismo sobre el medioambiente. Este impacto tiene una estrecha relación con el número de visitantes de un lugar, por lo que se hace fundamental el conocimiento y observación por parte de las diferentes administraciones del concepto de "capacidad de carga" de un destino.

Hay que tener en cuenta que la relación entre medio ambiente y turismo es muy estrecha, ya que muchos elementos del primero son atracciones para el segundo.

Actualmente, las principales preocupaciones medioambientales son dos:

- a) El impacto generado por el desarrollo turístico en sí mismo.
- b) El mantenimiento y, donde sea necesario, la mejora de la calidad de la zona turística.

Por tanto, entre los efectos medioambientales del turismo destacan los siguientes:

- ↳ Contaminación ambiental producida por los residuos: basuras, detergentes, etc.

- ↳ Contaminación ambiental y acústica producida por los medios de transporte.
- ↳ Elevada construcción de viviendas y servicios turísticos: explotación del suelo.
- ↳ Construcción desordenada de infraestructuras: provocando contaminación ambiental, visual, acústica y lumínica.

Como lado positivo, hay que destacar que, cada vez más, existe una mayor concienciación en este aspecto tanto por parte de las autoridades, como de los propios turistas y residentes, así como **programas de recuperación** de espacios naturales o de determinados núcleos turísticos.



↳ Efectos político-legales

La política persigue el desarrollo del turismo ya que este, normalmente, le reporta cuantiosos beneficios económicos.

Sin embargo, la entrada y salida de viajeros en un país puede provocar numerosos problemas:

- ↳ Sanitarios: transmisión de enfermedades.
- ↳ Seguridad: entrada de delincuentes y/o terroristas.
- ↳ Problemas fiscales: entrada de productos ilegales no permitidos o no controlados.

Por lo que se hace necesario que los estados regulen la actividad turística a través de una normativa que controle este flujo masivo de personas.

Previsiones de la evolución futura del fenómeno turístico

Desde la década de los años noventa del siglo XX, la OMT Organización Mundial del Turismo, viene realizando una serie de informes bajo el programa: Panorama 2020, donde analizan las claves de la oferta y demanda turística mundiales, así como su impacto en los diversos sectores comerciales del turismo, junto con sus implicaciones para la adopción de políticas y estrategias pertinentes.



Según estos informes, los factores más determinantes e influyentes en la actividad turística internacional serán:

1. Económicos:
 - a. Tasas de crecimiento económico mundial.
 - b. Importancia creciente de los nuevos “tigres” económicos (China, India, Brasil y Rusia).
 - c. Crecimiento de la diferencia entre países ricos y pobres.
 - d. Extensión de la armonización monetaria.
2. Tecnológicos:
 - a. Desarrollo de la tecnología de la información.
 - b. Adelantos en las tecnologías de transporte.
3. Políticos:
 - a. Eliminación de barreras para los viajes internacionales.
 - b. Desregulación del sector transporte y otros sectores.
4. Demográficos:
 - a. Envejecimiento de la población y reducción de la población activa en los países industrializados.
 - b. Erosión del tradicional hogar occidental.

5. Globalización:
 - a. Creciente poder de las fuerzas económicas y de mercado de carácter internacional.
6. Localización:
 - a. Conflicto, en los países en desarrollo, entre identidad y modernidad.
 - b. Exigencia de reconocimiento de sus propios derechos por parte de grupos.
7. Concienciación socio-económica:
 - a. Incremento de la concienciación pública en cuestiones socio-culturales y medioambientales.
 - b. Más información proveniente de los medios de comunicación acerca de los problemas más importantes del mundo.
8. Entornos de vida y de trabajo:
 - a. Creciente congestión urbana en los países industrializados y, especialmente, en los países en desarrollo.
9. Cambio de la economía de “servicios” a la economía de “experiencias”:
 - a. El centro de atención pasará a ser el proporcionar experiencias únicas.
10. Marketing:
 - a. Uso de la tecnología electrónica para identificar y comunicar con sectores y nichos de mercado.
11. Seguridad en el viaje:
 - a. El turismo no florecerá en destinos donde los turistas perciban que su salud o seguridad personal están afectadas.

Por otra parte, dentro de las previsiones que la OMT estima hasta el 2020, se puede destacar que las llegadas de **turistas internacionales** aumentarán en una media general en torno al 4%, destacando el incremento de llegadas de larga distancia.

En cuanto al **turismo receptor**, Europa seguirá siendo el destino más importante, aunque bajará su tasa de crecimiento. Asia Oriental/Pacífico superará en crecimiento a las Américas convirtiéndose en la segunda región mundial de destino. También incrementarán sus cuotas África, Oriente Medio y Asia Meridional.

Por lo que respecta a **turismo emisor**, Europa, seguirá siendo la región emisora más importante del mundo, emitiendo casi la mitad de turistas hacia todo el mundo. Asia Oriental/Pacífico aumentará su cuota emisora, pero más lentamente, desplazando, nuevamente, a las Américas al tercer lugar. África, Oriente Medio y Asia Meridional registrarán unas tasas de crecimiento superiores a la media.

En cuanto al **turismo interno**, éste se acercará a sus techos en la mayoría de los países industrializados, siendo el crecimiento más significativo el de los países en vías de desarrollo de Asia, América Latina, Oriente Medio y África.

Finalmente, las previsiones desde el punto de vista de los principales productos turísticos son:

↪ **Turismo de Sol y Playa:** en los próximos años seguirá siendo el segmento de mayor importancia. Las tendencias actuales con respecto al turismo de sol y playa son las siguientes:

- ↪ Expansión superior a la media de los viajes a destinos lejanos.
- ↪ Aumento de los segmentos de mercado especializados para adaptarse a las diferentes necesidades y exigencias del consumidor.
- ↪ Evolución de los productos turísticos para satisfacer esas necesidades y exigencias, ofreciendo sol y playa con otros tipos de turismo.
- ↪ El sector de las vacaciones “todo incluido” a destinos cercanos seguirá expandiéndose, aunque a un ritmo más lento que en años anteriores.

↪ **Turismo Cultural:** los turistas motivados por elementos culturales han viajado por todo el mundo, por lo que buscan constantemente nuevos lugares de destino.

Los turistas jóvenes, cuyos viajes obedecen a propósitos educativos, también constituyen un segmento en expansión, aunque en este sentido desarrollando más el turismo interno que el turismo internacional.

↪ **Turismo Urbano:** con la aparición y gran desarrollo de las líneas aéreas de bajo coste en Europa, la popularidad del turismo urbano aumentará a medida que se reduzca el coste del transporte. Los turistas se desplazan a lugares cada vez más lejanos para visitar ciudades durante unas vacaciones cortas. El turismo urbano de circuito experimentará una expansión continua.

↪ **Turismo de Naturaleza, Verde o Ecológico:** dada la conciencia cada vez mayor sobre el medioambiente, el segmento del ecoturismo adquirirá mayor popularidad en el próximo decenio. Se calcula que la demanda de ecoturismo se incrementará aproximadamente en un 20% anual en el mercado internacional.

- ↻ **Turismo rural o agroturismo:** se prevé que el turismo rural siga expandiéndose, aunque sin producirse un cambio masivo de los turistas hacia este segmento. Sin embargo, cada vez más, una parte del mercado prefiere unas vacaciones personalizadas, lejos de los centros turísticos más populares, y este segmento posiblemente se sienta atraído por los productos de turismo rural. Por otro lado, las denominadas “granjas turísticas” seguirán expandiéndose por toda Europa.
- ↻ **Turismo deportivo:** a pesar de ser un tipo de turismo muy vulnerable ante coyunturas económicas difíciles, actualmente se trata de un mercado en expansión.
- ↻ **Turismo de golf:** constituye un segmento en continuo desarrollo, tanto en número de jugadores como en campos de golf, estando previsto que en 2020 el número de jugadores duplique el volumen actual, siendo Estados Unidos, seguido de Japón, los líderes mundiales. En Europa, los mercados británico, alemán, nórdico, irlandés, holandés y francés son los principales emisores de turismo de golf internacional.



- ↻ **Turismo de aventura:** se estima que en el futuro los turistas prefieran cada vez mas viajes con un cierto componente de aventura, es decir, viajes combinados que incluyan senderismo, paseos en animales, bicicletas, etc., especialmente orientados a familias.
- ↻ **Turismo de cruceros:** el porcentaje de pasajeros de cruceros aumentará considerablemente (un incremento anual del 10%). Los viajes de cruceros se especializan cada vez más en sectores muy diversos (jóvenes, tercera edad, familias, etc.). El Caribe seguirá siendo el destino más frecuentado, seguido de Alaska y del Mediterráneo.
- ↻ **Turismo de reuniones y congresos:** pese a la situación económica, el sector de las reuniones y congresos es más fuerte que otros sectores, manteniendo

un nivel alto de empleo e inversión. Además éste ayuda al desarrollo de otros tipos de turismo como el urbano, el gastronómico, el cultural, de shopping, etc.

- ↻ **Turismo de Parques Temáticos:** en los próximos cinco años, probablemente todos los países europeos cuenten con cuatro o cinco parques temáticos tradicionales. El aumento de las vacaciones familiares cortas y de las vacaciones entre semana garantizará una expansión importante del mercado familiar.

1.1. Estructuras organizativas y funcionales

Continuamos esta unidad hablando de las estructuras organizativas y funcionales porque es imprescindible conocer las características de los lugares donde vamos a desarrollar la animación. Por ello, en este capítulo veremos los espacios y peculiaridades de donde es posible desarrollar esta actividad, ya que eso mismo será también parte en su definición y modo de llevarla a cabo.

1.1.1. Alojamientos turísticos, historia y concepto

Podemos encontrar varias definiciones sobre lo que es un alojamiento turístico, la más utilizada es aquella que los define como establecimientos comerciales que habitual y profesionalmente ofrecen servicios de hospedaje, acompañado o no de servicios complementarios, por los que se recibe una compensación económica y que cumplen la legislación vigente, ya sea la estatal o la definida por las comunidades autónomas a las que pertenece.

definición

Hotelería: servicios que ofrece alojamiento a los clientes a cambio de compensación económica.

El crecimiento del turismo es lo que ha determinado el desarrollo de los alojamientos turísticos, influenciado por el aumento de la capacidad económica de los posibles turistas, la mejora a nivel internacional de los medios de transporte y el aumento de los periodos vacacionales. Por todo ello el número de personas que viajan ha aumentado, creando la necesidad de producir cada vez más alojamientos turísticos.

El subsector del alojamiento en España

Los alojamientos constituyen uno de los soportes fundamentales para la industria turística, y de forma particular en nuestro país.

Según el directorio de apartamentos turísticos del INE, España cuenta con más de 16.000 establecimientos hoteleros, más de 14.000 alojamientos de turismo rural, más de 150.000 apartamentos turísticos y más de 1.100 campings.

Las pernoctaciones hoteleras subieron en 2015 un 6.7%.

Por otra parte las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros han alcanzado los 113,8 millones en 2015, un 4,7% más que en el año anterior. Destaca el crecimiento de las de los residentes, que han aumentado un 7,7%, frente al 3% de las de los no residentes, según los datos hechos públicos por el INE (Instituto Nacional de Estadística). El 60% de las estancias se han realizado en apartamentos turísticos, el 30% en campings, el 8% en alojamientos de turismo rural y el 2% restante en albergues.

En España la Confederación española de hoteles y alojamientos turísticos más importante es el CEHAT.

Estimación del peso económico actual y previsiblemente futuro en España y en la Unión Europea

En 2015 España se consolidó como el tercer mercado hotelero de Europa en ingresos por reservas, tanto online como offline, con una expectativa de 12.200 millones de euros al finalizar 2015, cifra que se espera se incremente un 4% este año hasta alcanzar los 12.700 millones, según el estudio realizado por Phocuswright y h2c para SiteMinder sobre hoteles independientes. Se coloca así sólo por detrás del Reino Unido y Alemania.

En cuanto a la planta hotelera, España, con un 41%, tiene la segunda presencia más alta de cadenas hoteleras en Europa, sólo por detrás del Reino Unido, con un 57%; y la cantidad media de habitaciones por establecimiento más elevada, 47, cuando la media es 31. El 42% del mercado de alojamientos español se compone de apartamentos y hostales.

Análisis de la evolución y tendencias en la oferta y la demanda

Pasamos en este punto a hacer un análisis de la evolución y tendencias de la oferta y la demanda turística, esto es, un análisis de la evolución de dónde y con qué herramientas va a trabajar el animador turístico y de con quién va a trabajar, es decir, el cliente final.