CONTENIDOS

Objetivos, indicadores principales y claves para la interpretación de la información contenida en el Atlas
pág. 1

Rasgos territoriales de la contribución social del turismo a escala municipal en España
pág. 4

10 prioridades de política turística local para la legislatura 2023-2027
pág. 6

Ranking y posicionamiento de los municipios españoles por su relevancia turística y contribución social
Información detallada para cada uno de los 500 destinos: modelo alojativo e implicaciones sobre su contribución social
pág. 7

Ranking de destinos de relevancia turística y contribución por CCAA
pág. 14

Metodología
pág. 32

Objetivos, indicadores principales y claves para la interpretación de la información contenida en el Atlas

El turismo desempeña un papel crucial a nivel territorial en España. Gracias al turismo un amplio número de personas disfrutan en sus lugares de residencia de un empleo y los territorios en los que habitan se favorecen de un notable dinamismo económico. Con el objetivo de poner en valor el papel que desempeña territorialmente el turismo en España, **desde EXCELTUR lanzamos esta nueva iniciativa el "Atlas de contribución municipal del turismo en España".** Este Atlas pretende aportar información a nivel local sobre la relevancia y contribución social que genera el turismo en los municipios españoles, como primer eslabón de información relevante sobre sus condicionantes, además de económicos, sociales y ambientales.

Conscientes de la creciente necesidad de gestionar localmente lo mejor posible el desarrollo turístico, con el objetivo de maximizar sus efectos positivos en términos de contribución socioeconómica y puesta en valor de los atributos locales, pero a la vez de limitar los afectos adversos que su crecimiento desequilibrado, temporal y territorialmente, puede generar sobre los recursos ambientales y sociales, la primera edición de este Atlas incorpora a modo de decálogo una serie de prioridades de actuación de cara al futuro a escala de destino. Prioridades enmarcadas en los profundos cambios, cada día más estructurales, del escenario turístico y global, que pensamos deben marcar una apuesta cada vez mayor por la competitividad sostenible y sostenida en el tiempo de la actividad turística, con el mayor respeto por la calidad de vida ciudadana y los elementos de identidad local.

Estas reflexiones son mucho más relevantes al proponerse, y sugerir su debate en el escenario de unos comicios locales como los que se van a producir el próximo 28 de mayo. De los mismos, saldrán los responsables municipales y los equipos que han de gestionar, entre otras muchas áreas de responsabilidad local, las políticas y estrategias turísticas en sus territorios para la próxima legislatura 2023-2027. En este contexto, el objetivo de este primer Atlas de contribución municipal del turismo en España es **aportar más información y elementos de reflexión, que sirvan a los nuevos responsables municipales para orientar sus decisiones en materia turístico- territorial** y poder gestionar con éxito, los numerosos desafíos turísticos a los que se enfrentarán sus distintos destinos.

Con este objetivo el **Atlas aporta información de los 500 municipios españoles con mayor número de plazas de alojamiento turístico reglado de mercado**[1]. En el presente documento se aporta la información relativa a las características más importantes de su oferta turística y sus implicaciones sobre los distintos niveles de contribución social del turismo, en términos de empleo, así como la relevancia inferida sobre su sistema económico. Concretamente, **el Atlas presenta los datos para cada uno de estos 500 municipios referidos a:**

[1] Por alojamiento turístico reglado de mercado, se define e incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.

- **La dimensión de la oferta alojativa turística localizada en cada municipio comercializada en los mercados (hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico),** que en gran parte marca la dimensión de la oferta y afluencia turística a nivel local y la realidad del clúster de actividades turísticas que dependen de la ocupación de dicha oferta[2]. Los datos proceden de la información suministrada por el INE. Así mismo, el Atlas incorpora una aproximación de las plazas existentes en viviendas que se utilizan como segundas residencias por sus propietarios, familiares y/o amigos, utilizada de forma gratuita y que en muchos destinos del litoral y algunas ciudades suponen un elemento clave de su oferta turística alojativa y, por tanto, de su capacidad de acogida de turistas. Se trata de una información calculada a partir del último Censo de Viviendas de 2011, actualizado con información del Ministerio de Fomento y en el que se han eliminado aquellas viviendas secundarias comercializadas en las plataformas. Se trata de una información que deberá ser ajustada, una vez se publiquen los datos del censo de Viviendas de 2021, todavía en fase de elaboración por parte del INE.

- **La relevancia del turismo en la dinámica económica y social de cada municipio, bajo el epígrafe "Especialización turística territorial",** a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística. Se trata de un indicador que persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España. Dicha importancia en su tejido económico no prejuzga el tamaño ni la ubicación territorial precisa de su sector turístico. El mejor ejemplo es la ciudad de Madrid, que con una importancia relativa del turismo del 5,6% en su sistema económico, es el municipio que más plazas turísticas tiene y más empleo turístico genera de la geografía española.

- **El volumen de empleos relacionados directamente con el turismo**, procedentes de los datos de afiliados a nivel municipal de la Seguridad Social a 99 ramas de actividad, de las que se han tomado las ramas características del turismo, descritas en la Cuenta Satélite del Turismo del INE[3], ponderando aquellas ramas en las que interviene el consumo de los residentes por la ratio de la relevancia del turismo, explicitada en el apartado anterior. Este indicador revela, por tanto, el empleo directo generado por el turismo en cada municipio. Su definición infravalora, sin embargo, el arrastre y la contribución social total generada por la actividad turística, en la medida en que no contempla el empleo indirecto e inducido dependiente del turismo en otras muchas empresas de ramas de actividad presentes en cada municipio.

La información suministrada por el presente Atlas es necesario interpretarla desde la variedad y complejidad que caracteriza la realidad municipal española. Los distintos condicionantes territoriales (localización geográfica, clima, recursos naturales, accesibilidad, hinterland de referencia relacional), los diferentes modelos económicos y factores sociodemográficos, además de los disímiles tamaños y modelos de desarrollo de la oferta turística de cada municipio incorporan casuísticas y elementos de reflexión turística diferenciales, que condicionan, y en algunos casos sesgan, algunos de los indicadores recogidos en esta primera edición. Todo ello hace que la información deba ser tomada con cautela y las conclusiones con precaución, insertándolas en los múltiples condicionantes referidos que les afectan y que iremos aproximando mejor, en futuras ediciones .

Entre los factores más importantes a tener en cuenta en la interpretación de los datos del presente Atlas es necesario subrayar los siguientes:

1. La información que se suministra aproxima territorialmente la relevancia del turismo, a partir de la combinación de: fuentes oficiales (la mayoría del INE) y estimaciones (las plazas turísticas en segundas residencias o el empleo turístico), caracterizadas por la complejidad, de forma que **el mayor valor del Atlas es la comparación entre municipios, más allá del nivel exacto de cada indicador**.

2. **Los municipios que son cabeceras territoriales** de prestación de servicios y residencia de mayor volumen de población como las grandes ciudades, ciudades dormitorio de sus áreas metropolitanas, cabeceras comarcales o centros de servicios en las islas (Ibiza o Mahón son dos buenos ejemplos), la **presencia del turismo está ligeramente infra valorada** respecto a otros destinos, por su mayor tamaño demográfico.

[2] Por la dificultad para su aproximación, en este análisis no se incluyen los flujos de excursionistas (personas que visitan y no pernoctan en los destinos), pero que en muchos territorios y en algunos momentos del tiempo tienen una enorme incidencia sobre la realidad y contribución social del turismo. (Ej. municipios fronterizos)

[3] Ver en el anexo metodológico las ramas de actividad incluidas como turísticas

3. **En los municipios que son sede de empresas de transportes o localización de grandes infraestructuras de comunicación** (aeropuertos, puertos o estaciones de tren), **el empleo turístico es mayor**, por la contabilización de los empleados que trabajan en sus centros de trabajo. Este es el caso de los municipios de Madrid, Reus, Girona, Ibiza o Santiago, entre los muchos que disponen de un aeropuerto o de Barcelona, Valencia, Málaga y Las palmas en el de los puertos. En aquellos lugares donde las infraestructuras se emplazan en municipios colindantes, el empleo se contabiliza en dichos lugares (los casos más paradigmáticos son Barcelona y El Prat, o Palma y Llucmajor).

4. **Se identifican municipios que comparten una misma área turística** (Ejm. La Playa de Palma entre Palma y Llucmajor) cuya asignación del empleo, depende del lugar de localización del centro de trabajo, que cuantifica los afiliados a la Seguridad Social, recogidos por las estadísticas de dicho indicador. Este hecho puede explicar que uno de los municipios recoja la mayor parte del empleo, por lo que **hay que analizarlo desde una perspectiva agregada que no induzca a lecturas equivocas.**

5. **En la oferta de alojamientos turísticos de cada municipio no se ha incluido la relativa a las segundas residencias de uso propio o gratuito por familiares y amigos,** por la dificultad de su aproximación al no estar disponible el Censo de viviendas de 2021, la complejidad de conocer cuáles de las mismas se comercializan como viviendas turísticas en plataformas digitales y puedan por duplicidad, ampliar la oferta y el impacto para el entendimiento que de la oferta tiene en algunos municipios urbanos. Se trata de una información que será recogida en futuras ediciones del Atlas, una vez se publiquen los del Censo de Viviendas. **Su existencia ayuda a entender las diferencias que en algunos municipios se producen entre el número de plazas de alojamiento de mercado y el empleo turístico, en la medida en que éste viene impulsado tanto por las plazas de mercado como por las segundas residencias, si bien en este último caso, con una menor capacidad de generación de empleo por los menores servicios asociados que ofrecen.**

Con estos condicionantes, en las siguientes páginas se presenta **la información del Atlas estructurada en tres niveles:**

1. Una general, en la que se ofrece para las variables descritas la información de los **100 primeros destinos ordenados por volumen de oferta turística alojativa comercializada en los mercados**, como destinos clave y más prioritarios de la acción política en materia turística.

2. Otra en la que se presentan **los municipios ordenados por tipologías de destinos turísticos**, estructurados en tres categorías: **ciudades capitales de provincia, comunidad autónoma o ciudad autónoma, destinos de la costa y destinos de interior, culturales, de naturaleza y montaña**[4].

3. Una final donde se exponen los destinos presentes en el Atlas con **una ficha para cada comunidad autónoma**, respondiendo al relevante papel que desempeñan las CC.AA. como administración, junto a las locales, que ostentan el mayor volumen de competencias administrativas que afectan a la configuración y competitividad turística del destino.

[4] La caracterización de los municipios por tipologías de destinos se ha realizado de forma propositiva, con una combinación de criterios geográficos (Ejm. proximidad a la costa), administrativos (capital de provincia o perteneciente a una zona turística definida) y turísticos, de forma que hay municipios que se han ubicado en una categoría, pudiendo entenderse que igualmente podría formar parte de otra (Ejm la ciudad de Alicante, Palma o Málaga Urbano y/o Costa, Frigiliana, Santillana del Mar, etc.). En estos casos se ha optado por la considerada más relevante.

Rasgos territoriales de la contribución social del turismo a escala municipal en España

La información ofrecida por el Atlas revela una serie de reflexiones relevantes para la próxima legislatura 2023-2027 resumidas en los siguientes 5 puntos:

1. **100 municipios clave en los que priorizar nuevas líneas de política turística de cara al próximo ciclo electoral 2023-2027**. El turismo muestra una intensa concentración territorial en España. De los más de 8.000 municipios españoles y con datos de 2022, los 500 con mayor oferta de alojamiento turístico de mercado, que recoge el presente Atlas, aglutinan el 82% de toda la oferta turística española (mientras concentran el 56% de la población) y si se seleccionan los 100 más importantes (cuyo ranking se presenta en estas páginas) acogen el 56% de toda la capacidad de alojamiento turístico (mientras solo un 28% de la población). Son estos los municipios prioritarios en los que es clave dotar del mayor liderazgo municipal para aplicar una planificación y gestión turística bajo nuevos esquemas de Gobernanza público-privada y líneas de trabajo más alineadas con los nuevos retos del escenario turístico y global de cara a la nueva legislatura 2023-2027.

2. **Los destinos costeros justifican una mayor prioridad de Estado por los retos competitivos y estructurales que les afectan y su relevancia sobre el total de la oferta turística española**. El atractivo de las múltiples experiencias lúdicas vinculadas al disfrute de la costa, explican que 81 de los 100 destinos más turísticos de España por el tamaño de su oferta turística alojativa de mercado sean destinos de costa. De hecho, si se amplía el número a los 500 más importantes que presenta este Atlas, el número de destinos costeros se sitúa por encima de la mitad (251, acogiendo 3 millones de plazas de alojamiento turístico).

   De estos destinos de la costa española, 193 se sitúan en la franja mediterránea y de los archipiélagos de Baleares y Canarias, dentro del llamado sol y playa español, aglutinando sólo estos el 54% de toda la oferta de alojamiento turístico español de mercado (2,8 millones de plazas). Su destacada relevancia, junto con la situación de gradual obsolescencia de parte de las instalaciones y espacios públicos de muchos destinos pioneros tras varias décadas desde su desarrollo, justifican la necesidad de actuar de forma decidida a través de una política de Estado en el refuerzo de su competitividad, tal y como venimos destacando en EXCELTUR con la solicitud de un(os) PERTE(S) específico(s) o programa(s) similar(es) para impulsar su reposicionamiento competitivo.

3. **Los destinos urbanos ante su consolidación como referentes internacionales y la preservación de la calidad de vida de la población**. Las capitales de provincia, autonómicas y ciudades autónomas representa el 16,0% de toda la oferta turística alojativa de mercado en España, según el presente Atlas, con 6 ciudades (1ª Madrid, 2ª Barcelona, 10ª Palma de Mallorca (en buena parte por la oferta presente en la Playa de Palma), 12ª Sevilla, 13ª Valencia y 14ª Málaga) entre las 20 primeras y liderando la creación de empleo turístico, por su condición de grandes centros de servicios de ocio y negocio, sedes de empresas y de logística de transporte. Se trata de referentes que han de liderar la vanguardia de la gestión turística en España, afrontando el reto de seguir apostando por promover la oferta más diferenciada y de valor añadido, a la vez que aplicando medidas para preservar los elementos de identidad local y el estilo de vida de sus barrios más emblemáticos, evitando la expulsión de sus residentes.

4. **Ciertos destinos de interior presentan una oportunidad de desarrollo**, con una presencia todavía reducida en la estructura turística española, donde destacan por su relevancia los destinos de montaña especializados en el esquí y otros deportes y experiencias de naturaleza. En su caso, el mayor reto del resto de destinos de interior se centra en analizar previamente su viabilidad y rentabilidad socioeconómica para invertir en poner en valor sus recursos naturales y patrimoniales y trabajar conjuntamente para su traslación a los mercados turísticos, de forma que les ayude a superar en muchos casos y en primer lugar el desconocimiento de su existencia, así como los problemas de estacionalidad de su demanda, en especial, en fines de semana y épocas estivales.

5. En este contexto, **Madrid y Barcelona** lideran los destinos con mayor volumen de plazas alojativas de mercado en España (152 mil y 127 mil, respectivamente) y de empleo directo vinculado a las actividades turísticas (72.912 y 47.143, respectivamente**), seguidos por 8 grandes destinos vacacionales: Benidorm (**93.390 plazas y 15.687 empleos), **San Bartolomé de Tirajana** (89.163 plazas y 21.230 empleos), **Salou** (72.077 plazas y 5.469 empleos), **Adeje** (68.993 plazas y 18.570 empleos), **Calviá** (68.478 plazas y 10.779 empleos), **Marbella** (63.802 plazas y 12.515 empleos), **Arona** (57.528 plazas y 10.838 empleos), justo por delante de la ciudad de **Palma de Mallorca** (57.413 plazas y 27.022 empleos) con su doble condición de destino urbano, a la vez que vacacional de costa (desarrollado en la Playa de Palma). Tan solo estos 10 destinos aglutinan casi un millón de plazas turísticas (849.104), de los 5,2 millones que había en España en 2022 (un 16,2%).

10 prioridades de política turística local para la legislatura 2023-2027

La relevancia del turismo en muchos municipios españoles que refleja el presente Atlas demanda una mayor prioridad de atención en muchas de sus políticas y modelos de gobernanza municipales, con la visión más transversal y ambiciosa de futuro. Con el objetivo de enriquecer y orientar el debate sobre los temas clave a los que se enfrentarán los nuevos gobiernos locales que sean elegidos en las próximas elecciones del 28 de mayo, desde EXCELTUR queremos compartir y sugerir a modo de decálogo resumido, aquellas reflexiones que consideramos prioritarios, conscientes de que su deseable avance a escala municipal comportará notables mejoras competitivas, estructurales y sostenibles para el conjunto del sector turístico español.

1. Visión transversal y liderazgo político al máximo nivel local para integrar el turismo en la gestión municipal y dotar a las acciones turísticas de una estrategia continuada en el tiempo, que apueste por un posicionamiento turístico diferencial y del mayor valor añadido, sostenible y deseable a largo plazo.

2. Implementación de nuevos sistemas de gobernanza turística a nivel local, ágiles, profesionales y especializados, basados en la más estrecha cooperación público-pública y público-privada, tanto entre las distintas áreas municipales, como aunando, a su vez, los mayores compromisos empresariales recíprocos, integrando, asimismo, la visión de la población local, para recabar su mayor complicidad.

3. Aprovechamiento de las sinergias y economías de escala derivadas del trabajo conjunto con otros municipios y/o organismos supramunicipales (mancomunidades, diputaciones, CC.AA. y Gobierno de España) para recabar mayores apoyos, recursos y talento que faciliten abordar y poner en marcha proyectos transversales del mayor calado y con verdadera capacidad transformadora.

4. Apuesta y apoyo a la inversión en la creación/transición/reposicionamiento de la oferta (alojativa, e instalaciones de ocio y negocio) de más valor añadido, que induzcan el mayor gasto y efectos arrastre sobre actividades conexas del municipio, facilitando y agilizando los trámites administrativos para nuevos proyectos y/o la rehabilitación de los existentes, evitando la imposición de recargos y tasas.

5. Aprovechar mejor la aplicación de las nuevas tecnologías la mayor puesta en valor de los recursos turísticos, con la mayor integración en nuevos productos, de todos los servicios de su extensa cadena de valor local, con un marketing y posicionamiento orientado a los segmentos de más interés, además facilitando, la mejor atención al turista durante su estancia y la gestión de su impacto en el territorio.

6. Desarrollo de políticas que se favorezcan de la notable dotación de infraestructuras de transporte en toda España, propiciando la mayor accesibilidad al municipio y sus lugares turísticos, a través del fomento de su conectividad, aprovechando las ventajas de la intermodalidad entre los diversos medios de transporte y la conexión con otros destinos próximos.

7. Apuesta por una estrategia de movilidad turística dentro de los municipios que prime los nuevos sistemas de transporte más calmados, de menor impacto ambiental y sin sesgos, que pudieran penalizar precisamente aquellos modelos de transporte con mayor capacidad de extender el impacto y derrama socioeconómica del turismo, por todo el municipio y su entorno de influencia.

8. Inversión en espacios públicos seguros y de alta calidad de vida para los residentes, que al final resultan ser, los mejores escenarios para el disfrute de las experiencias turísticas para los visitantes.

9. Reflexión sobre la capacidad de acogida de la sociedad y las capacidades de carga de los espacios turísticos más tensionados, desarrollando una estrategia para su adecuación sostenible con normativas más exigentes, y el refuerzo de la capacidad de gestión y control sobre elementos de saturación clave, como las viviendas turísticas, los flujos de excursionistas, cruceristas y de turistas en autocaravanas, etc.

10. Promover el mayor compromiso público-privado social y ambiental en el municipio, en torno a nuevos modelos turísticos que faciliten las mejores condiciones laborales, protección del entorno y ambiente, preservación del patrimonio y elementos de identidad locales, promoviendo la mayor empatía ciudadana que mejore la reputación y la capacidad de acogida hacia el turismo y a los turistas.

Posicionamiento de los municipios españoles por su relevancia turística y contribución social

1. Ranking[5] 100 principales destinos[6]. Año 2022 (I)

Fuente: Exceltur

Del 1 al 50			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	MADRID	MAD	151.627	61,9%	8,1%	29,9%	5,6%	72.912
2	BARCELONA	CAT	126.633	69,1%	2,4%	28,5%	8,5%	47.143
3	BENIDORM	CVA	93.390	50,1%	36,8%	13,1%	66,7%	15.687
4	SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA	CAN	89.163	50,8%	33,8%	15,4%	59,1%	21.230
5	SALOU	CAT	72.077	50,9%	32,0%	17,1%	77,9%	5.469
6	ADEJE	CAN	68.993	55,2%	21,4%	23,4%	55,6%	18.570
7	CALVIA	BAL	68.478	82,8%	11,9%	5,3%	62,1%	10.779
8	MARBELLA	AND	63.802	26,9%	18,3%	54,8%	33,4%	12.515
9	ARONA	CAN	57.528	38,7%	36,3%	25,0%	43,6%	10.838
10	PALMA DE MALLORCA	BAL	57.413	85,8%	4,1%	10,0%	11,9%	27.022
11	LLORET DE MAR	CAT	53.553	61,3%	17,1%	21,5%	55,1%	4.684
12	SEVILLA	AND	52.933	48,0%	13,1%	38,9%	10,6%	15.337
13	VALENCIA	CVA	47.983	42,2%	15,3%	42,5%	11,2%	16.073
14	MÁLAGA	AND	44.666	30,1%	13,9%	56,1%	8,6%	11.790
15	MOGÁN	CAN	41.780	40,1%	44,0%	15,9%	64,5%	7.374
16	ALCUDIA	BAL	41.215	53,9%	18,8%	27,3%	67,4%	5.353
17	TIAS	CAN	38.694	36,5%	42,7%	20,8%	65,0%	5.871
18	PÁJARA	CAN	38.679	78,9%	10,4%	10,7%	57,2%	8.683
19	TORREMOLINOS	AND	36.489	65,5%	11,0%	23,5%	38,2%	6.861
20	CALPE/CALP	CVA	36.019	12,7%	43,1%	44,2%	67,5%	2.691
21	BENALMADENA	AND	35.568	39,9%	18,2%	41,9%	41,9%	4.756
22	YAIZA	CAN	33.638	53,4%	15,1%	31,5%	62,2%	6.196
23	CIUTADELLA DE MENORCA	BAL	33.133	45,2%	32,4%	22,4%	50,3%	2.755
24	CAMBRILS	CAT	32.950	22,8%	53,9%	23,4%	63,1%	2.919
25	TORROELLA DE MONTGRI	CAT	31.338	6,0%	76,7%	17,4%	67,1%	1.382
26	SANT JOSEP DE SA TALAIA	BAL	31.250	48,4%	17,2%	34,4%	55,3%	3.495
27	MIJAS	AND	31.076	7,2%	32,1%	60,7%	34,4%	3.974
28	SANTA EULARIA DEL RIU	BAL	29.666	54,8%	19,4%	25,9%	47,3%	3.993
29	PEÑISCOLA	CVA	29.522	33,1%	37,6%	29,3%	81,3%	1.894
30	DENIA	CVA	29.276	8,4%	31,5%	60,1%	50,9%	4.032
31	GRANADA	AND	29.104	53,8%	11,0%	35,2%	18,6%	8.242
32	CASTELL-PLATJA D'ARO	CAT	28.999	25,4%	53,6%	21,0%	72,7%	2.428
33	OLIVA (LA)	CAN	28.380	38,3%	12,9%	48,7%	40,8%	3.641
34	ALICANTE/ALACANT	CVA	28.339	31,9%	19,5%	48,6%	21,3%	12.085
35	ESTEPONA	AND	28.113	28,8%	21,6%	49,7%	40,4%	4.367
36	SANT LLORENC DES CARDASSAR	BAL	27.532	86,6%	6,1%	7,2%	72,4%	948
37	JAVEA - XABIA	CVA	27.462	4,4%	35,0%	60,6%	47,7%	1.747
38	ROQUETAS DE MAR	AND	27.130	65,4%	20,7%	13,9%	25,6%	3.984
39	ROSES	CAT	26.889	28,8%	27,5%	43,7%	71,5%	2.250
40	SANTANYI	BAL	26.703	57,6%	13,1%	29,3%	71,6%	2.680
41	CASTELLO D'EMPURIES	CAT	26.605	4,7%	65,5%	29,8%	75,5%	1.815
42	CARTAGENA	MUR	26.508	28,5%	41,5%	30,0%	24,8%	5.273
43	TORREVIEJA	CVA	25.980	7,9%	25,3%	66,8%	53,2%	4.684
44	ORPESA/OROPESA DEL MAR	CVA	25.594	16,6%	61,1%	22,3%	77,6%	1.431
45	POLLENÇA	BAL	25.360	22,6%	8,5%	68,9%	61,6%	2.110
46	FUENGIROLA	AND	25.348	47,6%	13,4%	39,0%	33,1%	4.588
47	MANACOR	BAL	25.338	69,6%	6,9%	23,5%	41,1%	2.907
48	CONIL DE LA FRONTERA	AND	25.264	24,9%	30,0%	45,0%	49,6%	2.404
49	SANXENXO	GAL	24.758	38,3%	33,4%	28,3%	61,0%	2.275
50	TEGUISE	CAN	24.073	37,3%	35,9%	26,8%	47,0%	3.732

[5] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

[6] El destino Playa de Palma no se ha podido incorporar en el informe de forma diferenciada debido a su configuración territorial entre dos municipios, Palma de Mallorca y Llucmajor y la falta de publicación por parte del INE de algunos indicadores de base del Atlas, con respecto a lo que pertenece a la Playa de Palma y lo que no. Para entender la relevancia de este destino y con el único indicador disponible diferenciado que se dispone para la playa de Palma, como es la planta hotelera, la Playa de Palma se situaría en niveles de plazas hoteleras próximos a la posición que ostenta Calviá. De hecho, de incluirse la Playa de Palma de forma diferenciada, el número de plazas en la ciudad de Palma de Mallorca se reducirían notablemente, al estar una parte relevante de ellas localizadas en esta franja de su territorio.

1. Ranking[7] 100 principales destinos. Año 2022 (II)

Fuente: Exceltur

Del 51 al 100			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
51	PUERTO DE LA CRUZ	CAN	23.968	66,6%	21,7%	11,7%	50,1%	5.433
52	CAPDEPERA	BAL	22.796	79,2%	6,3%	14,5%	61,7%	2.244
53	CHICLANA DE LA FRONTERA	AND	22.738	54,9%	6,5%	38,6%	28,5%	4.100
54	MONT-ROIG DEL CAMP	CAT	22.141	8,5%	60,6%	30,9%	65,7%	891
55	BLANES	CAT	21.217	17,2%	67,5%	15,3%	38,4%	1.744
56	TOSSA DE MAR	CAT	21.129	41,4%	39,2%	19,4%	76,2%	1.453
57	SANT ANTONI DE PORTMANY	BAL	20.928	61,9%	24,0%	14,1%	40,6%	2.748
58	GANDIA	CVA	20.182	33,6%	36,2%	30,2%	42,0%	3.586
59	SANTA MARGALIDA	BAL	19.898	67,8%	7,4%	24,8%	62,6%	2.361
60	PALS	CAT	19.166	5,2%	77,1%	17,7%	86,0%	700
61	MURO	BAL	19.058	82,1%	3,0%	14,8%	70,5%	1.418
62	LLANES	AST	18.968	14,2%	55,9%	29,9%	52,0%	1.221
63	ESCALA (L')	CAT	18.935	5,2%	55,8%	39,0%	73,7%	1.204
64	TARIFA	AND	18.701	19,2%	33,1%	47,8%	44,9%	2.137
65	NERJA	AND	18.552	23,7%	26,4%	49,8%	51,8%	2.299
66	MOJACAR	AND	18.370	49,8%	30,4%	19,8%	63,9%	1.340
67	ORIHUELA	CVA	18.338	5,3%	25,0%	69,8%	50,4%	4.302
68	LLUCMAJOR	BAL	17.995	65,5%	11,2%	23,3%	36,2%	3.523
69	PALAFRUGELL	CAT	17.990	8,9%	54,8%	36,3%	49,9%	1.516
70	ANTIGUA	CAN	17.966	48,3%	25,6%	26,1%	47,8%	1.830
71	CALONGE	CAT	17.433	6,1%	66,0%	27,9%	65,3%	823
72	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN	PVA	16.735	46,8%	19,8%	33,4%	9,8%	4.367
73	CÓRDOBA	AND	16.729	47,8%	12,8%	39,4%	10,4%	4.770
74	EIVISSA	BAL	16.714	57,6%	26,7%	15,8%	24,4%	7.730
75	MALGRAT DE MAR	CAT	16.337	43,9%	52,4%	3,7%	47,8%	1.204
76	CALELLA	CAT	16.169	75,4%	18,5%	6,1%	43,6%	1.534
77	TARRAGONA	CAT	16.124	15,5%	66,3%	18,3%	12,7%	2.670
78	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	CAN	15.849	42,6%	8,5%	48,9%	4,9%	6.052
79	SANTA SUSANNA	CAT	15.528	71,2%	24,8%	4,1%	78,8%	1.155
80	SANT PERE PESCADOR	CAT	15.385	0,9%	95,9%	3,2%	82,5%	535
81	SON SERVERA	BAL	15.252	76,7%	11,6%	11,6%	51,3%	4.211
82	ALCALA DE XIVERT	CVA	15.179	14,8%	55,4%	29,8%	69,4%	812
83	VILA-SECA	CAT	15.135	69,5%	16,3%	14,2%	47,2%	2.745
84	ALMUÑECAR	AND	14.507	40,2%	16,9%	42,9%	57,4%	2.180
85	ZARAGOZA	ARA	14.360	72,1%	10,9%	17,0%	4,9%	5.027
86	BILBAO	PVA	14.261	68,3%	8,3%	23,4%	4,8%	4.408
87	SITGES	CAT	13.696	37,4%	24,5%	38,1%	30,9%	2.254
88	SANTIAGO DE COMPOSTELA	GAL	13.150	62,0%	16,2%	21,8%	19,8%	4.119
89	VERA	AND	12.891	33,9%	32,0%	34,1%	35,4%	1.072
90	FORMENTERA	BAL	12.710	41,9%	23,0%	35,1%	52,6%	1.798
91	SANTA POLA	CVA	12.694	4,9%	39,3%	55,8%	65,8%	2.077
92	SANTANDER	CNT	12.659	37,4%	19,0%	43,6%	11,6%	3.848
93	GIJON	AST	12.353	40,3%	18,1%	41,6%	7,3%	2.804
94	FELANITX	BAL	12.275	33,2%	20,2%	46,6%	43,6%	1.415
95	NOJA	CNT	12.251	16,4%	74,5%	9,1%	91,4%	641
96	PALAMOS	CAT	12.019	11,3%	64,1%	24,6%	43,6%	1.310
97	TEULADA	CVA	11.646	2,9%	29,3%	67,8%	64,0%	1.096
98	OLIVA	CVA	11.479	4,9%	59,4%	35,7%	41,0%	1.287
99	CÁDIZ	AND	11.324	25,8%	17,6%	56,6%	12,7%	2.611
100	ALFAS DEL PI,L'	CVA	11.317	21,4%	57,3%	21,4%	36,6%	1.461

[7] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.

El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

2. Ranking[8] por tipologías de destinos
2.1. Ciudades capitales de provincia, comunidad o ciudad autónoma[9]. Año 2022

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	MADRID	MAD	151.627	61,9%	8,1%	29,9%	5,6%	72.912
2	BARCELONA	CAT	126.633	69,1%	2,4%	28,5%	8,5%	47.143
3	PALMA DE MALLORCA	BAL	57.413	85,8%	4,1%	10,0%	11,9%	27.022
4	SEVILLA	AND	52.933	48,0%	13,1%	38,9%	10,6%	15.337
5	VALENCIA	CVA	47.983	42,2%	15,3%	42,5%	11,2%	16.073
6	MÁLAGA	AND	44.666	30,1%	13,9%	56,1%	8,6%	11.790
7	GRANADA	AND	29.104	53,8%	11,0%	35,2%	18,6%	8.242
8	ALICANTE/ALACANT	CVA	28.339	31,9%	19,5%	48,6%	21,3%	12.085
9	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN	PVA	16.735	46,8%	19,8%	33,4%	9,8%	4.367
10	CÓRDOBA	AND	16.729	47,8%	12,8%	39,4%	10,4%	4.770
11	TARRAGONA	CAT	16.124	15,5%	66,3%	18,3%	12,7%	2.670
12	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	CAN	15.849	42,6%	8,5%	48,9%	4,9%	6.052
13	ZARAGOZA	ARA	14.360	72,1%	10,9%	17,0%	4,9%	5.027
14	BILBAO	PVA	14.261	68,3%	8,3%	23,4%	4,8%	4.408
15	SANTIAGO DE COMPOSTELA	GAL	13.150	62,0%	16,2%	21,8%	19,8%	4.119
16	SANTANDER	CNT	12.659	37,4%	19,0%	43,6%	11,6%	3.848
17	CÁDIZ	AND	11.324	25,8%	17,6%	56,6%	12,7%	2.611
18	VIGO	GAL	10.434	47,4%	15,0%	37,6%	7,1%	3.449
19	ALMERÍA	AND	10.053	53,3%	16,2%	30,4%	11,9%	2.818
20	SALAMANCA	CYL	9.863	64,6%	8,0%	27,3%	20,4%	3.864
21	MURCIA	MUR	9.227	53,5%	8,7%	37,7%	5,7%	3.649
22	CORUÑA (A)	GAL	8.896	61,1%	4,0%	34,9%	8,8%	3.778
23	OVIEDO	AST	8.544	66,0%	2,5%	31,5%	6,5%	2.321
24	TOLEDO	CLM	8.291	57,6%	12,2%	30,2%	9,8%	2.104
25	PAMPLONA/IRUÑA	NAV	6.887	51,6%	18,4%	30,0%	4,9%	2.042
26	BURGOS	CYL	6.596	60,3%	21,1%	18,7%	9,2%	2.404
27	CUENCA	CLM	6.551	34,4%	42,7%	22,9%	16,8%	1.310
28	SANTA CRUZ DE TENERIFE	CAN	6.220	49,9%	1,0%	49,1%	4,9%	4.011
29	LEÓN	CYL	5.910	62,0%	5,3%	32,7%	12,1%	2.557
30	LOGROÑO	RIO	5.597	49,5%	14,2%	36,2%	6,2%	1.413
31	CASTELLÓN DE LA PLANA	CVA	5.582	45,8%	24,6%	29,6%	8,9%	2.419
32	CÁCERES	EXT	5.345	46,7%	35,1%	18,2%	13,0%	1.712
33	VALLADOLID	CYL	5.090	77,5%	5,5%	17,0%	7,6%	3.093
34	VITORIA-GASTEIZ	PVA	4.649	71,1%	17,4%	11,5%	2,0%	1.001
35	GIRONA	CAT	4.250	55,1%	4,2%	40,7%	5,7%	1.760
36	SEGOVIA	CYL	4.234	62,4%	23,7%	13,9%	14,8%	1.340
37	MÉRIDA	EXT	4.165	50,5%	28,0%	21,5%	10,4%	1.093
38	ÁVILA	CYL	3.854	75,6%	5,4%	19,0%	12,5%	1.276
39	LUGO	GAL	3.356	56,8%	14,2%	29,0%	13,2%	1.820
40	ALBACETE	CLM	3.283	72,1%	9,8%	18,1%	5,0%	1.182
41	TERUEL	ARA	3.191	60,5%	19,3%	20,2%	16,4%	933
42	PONTEVEDRA	GAL	2.952	45,3%	1,0%	53,7%	4,8%	711
43	LLEIDA	CAT	2.630	89,7%	0,2%	10,1%	4,5%	1.081
44	OURENSE	GAL	2.491	54,0%	2,6%	43,4%	14,2%	1.656
45	BADAJOZ	EXT	2.288	90,2%	4,3%	5,5%	5,8%	1.132
46	ZAMORA	CYL	2.208	57,6%	7,9%	34,5%	15,7%	1.166
47	SORIA	CYL	2.184	59,8%	14,6%	25,5%	15,9%	867
48	CIUDAD REAL	CLM	2.004	80,2%	7,6%	12,2%	6,3%	694
49	GUADALAJARA	CLM	1.792	69,6%	20,3%	10,1%	5,5%	610
50	HUESCA	ARA	1.648	73,5%	17,4%	9,1%	7,8%	649
51	HUELVA	AND	1.595	74,1%	0,8%	25,1%	5,6%	993
52	JAÉN	AND	1.483	71,3%	2,9%	25,8%	6,6%	1.148
53	PALENCIA	CYL	1.081	89,9%	0,0%	10,1%	12,7%	1.029
54	CEUTA	CEU	1.023	80,8%	0,0%	19,2%	1,0%	525
55	MELILLA	MEL	983	85,2%	0,0%	14,8%	0,6%	361

[8] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

[9] La ciudad de Palma de Mallorca incluye las plazas del destino de costa Playa de Palma, que se inserta en una parte de su territorio.

2.2. Ranking[10] 100 principales destinos de costa[11]. Año 2022 (I)

Fuente: Exceltur

Del 1 al 50			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	BENIDORM	CVA	93.390	50,1%	36,8%	13,1%	66,7%	15.687
2	SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA	CAN	89.163	50,8%	33,8%	15,4%	59,1%	21.230
3	SALOU	CAT	72.077	50,9%	32,0%	17,1%	77,9%	5.469
4	ADEJE	CAN	68.993	55,2%	21,4%	23,4%	55,6%	18.570
5	CALVIA	BAL	68.478	82,8%	11,9%	5,3%	62,1%	10.779
6	MARBELLA	AND	63.802	26,9%	18,3%	54,8%	33,4%	12.515
7	ARONA	CAN	57.528	38,7%	36,3%	25,0%	43,6%	10.838
8	LLORET DE MAR	CAT	53.553	61,3%	17,1%	21,5%	55,1%	4.684
9	MOGÁN	CAN	41.780	40,1%	44,0%	15,9%	64,5%	7.374
10	ALCUDIA	BAL	41.215	53,9%	18,8%	27,3%	67,4%	5.353
11	TIAS	CAN	38.694	36,5%	42,7%	20,8%	65,0%	5.871
12	PÁJARA	CAN	38.679	78,9%	10,4%	10,7%	57,2%	8.683
13	TORREMOLINOS	AND	36.489	65,5%	11,0%	23,5%	38,2%	6.861
14	CALPE/CALP	CVA	36.019	12,7%	43,1%	44,2%	67,5%	2.691
15	BENALMADENA	AND	35.568	39,9%	18,2%	41,9%	41,9%	4.756
16	YAIZA	CAN	33.638	53,4%	15,1%	31,5%	62,2%	6.196
17	CIUTADELLA DE MENORCA	BAL	33.133	45,2%	32,4%	22,4%	50,3%	2.755
18	CAMBRILS	CAT	32.950	22,8%	53,9%	23,4%	63,1%	2.919
19	TORROELLA DE MONTGRI	CAT	31.338	6,0%	76,7%	17,4%	67,1%	1.382
20	SANT JOSEP DE SA TALAIA	BAL	31.250	48,4%	17,2%	34,4%	55,3%	3.495
21	MIJAS	AND	31.076	7,2%	32,1%	60,7%	34,4%	3.974
22	SANTA EULARIA DEL RIU	BAL	29.666	54,8%	19,4%	25,9%	47,3%	3.993
23	PEÑISCOLA	CVA	29.522	33,1%	37,6%	29,3%	81,3%	1.894
24	DENIA	CVA	29.276	8,4%	31,5%	60,1%	50,9%	4.032
25	CASTELL-PLATJA D'ARO	CAT	28.999	25,4%	53,6%	21,0%	72,7%	2.428
26	OLIVA (LA)	CAN	28.380	38,3%	12,9%	48,7%	40,8%	3.641
27	ESTEPONA	AND	28.113	28,8%	21,6%	49,7%	40,4%	4.367
28	SANT LLORENC DES CARDASSAR	BAL	27.532	86,6%	6,1%	7,2%	72,4%	948
29	JAVEA - XABIA	CVA	27.462	4,4%	35,0%	60,6%	47,7%	1.747
30	ROQUETAS DE MAR	AND	27.130	65,4%	20,7%	13,9%	25,6%	3.984
31	ROSES	CAT	26.889	28,8%	27,5%	43,7%	71,5%	2.250
32	SANTANYI	BAL	26.703	57,6%	13,1%	29,3%	71,6%	2.680
33	CASTELLO D'EMPURIES	CAT	26.605	4,7%	65,5%	29,8%	75,5%	1.815
34	TORREVIEJA	CVA	25.980	7,9%	25,3%	66,8%	53,2%	4.684
35	ORPESA/OROPESA DEL MAR	CVA	25.594	16,6%	61,1%	22,3%	77,6%	1.431
36	POLLENÇA	BAL	25.360	22,6%	8,5%	68,9%	61,6%	2.110
37	FUENGIROLA	AND	25.348	47,6%	13,4%	39,0%	33,1%	4.588
38	MANACOR	BAL	25.338	69,6%	6,9%	23,5%	41,1%	2.907
39	CONIL DE LA FRONTERA	AND	25.264	24,9%	30,0%	45,0%	49,6%	2.404
40	SANXENXO	GAL	24.758	38,3%	33,4%	28,3%	61,0%	2.275
41	TEGUISE	CAN	24.073	37,3%	35,9%	26,8%	47,0%	3.732
42	PUERTO DE LA CRUZ	CAN	23.968	66,6%	21,7%	11,7%	50,1%	5.433
43	CAPDEPERA	BAL	22.796	79,2%	6,3%	14,5%	61,7%	2.244
44	CHICLANA DE LA FRONTERA	AND	22.738	54,9%	6,5%	38,6%	28,5%	4.100
45	MONT-ROIG DEL CAMP	CAT	22.141	8,5%	60,6%	30,9%	65,7%	891
46	BLANES	CAT	21.217	17,2%	67,5%	15,3%	38,4%	1.744
47	TOSSA DE MAR	CAT	21.129	41,4%	39,2%	19,4%	76,2%	1.453
48	SANT ANTONI DE PORTMANY	BAL	20.928	61,9%	24,0%	14,1%	40,6%	2.748
49	GANDIA	CVA	20.182	33,6%	36,2%	30,2%	42,0%	3.586
50	SANTA MARGALIDA	BAL	19.898	67,8%	7,4%	24,8%	62,6%	2.361

[10] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

[11] El destino Playa de Palma no se ha podido incorporar en el informe de forma diferenciada debido a su configuración territorial entre dos municipios, Palma de Mallorca y Llucmajor y la falta de publicación por parte del INE de algunos indicadores de base del Atlas, con respecto a lo que pertenece a la Playa de Palma y lo que no. Para entender la relevancia de este destino y con el único indicador disponible diferenciado que se dispone para la playa de Palma, como es la planta hotelera, la Playa de Palma se situaría en niveles de plazas hoteleras próximos a la posición que ostenta Calviá. De hecho, de incluirse la Playa de Palma de forma diferenciada, el número de plazas en la ciudad de Palma de Mallorca se reducirían notablemente, al estar una parte relevante de ellas localizadas en esta franja de su territorio.

2.2. Ranking[12] 100 principales destinos de costa. Año 2022 (II)

Fuente: Exceltur

Del 51 al 100			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
51	PALS	CAT	19.166	5,2%	77,1%	17,7%	86,0%	700
52	MURO	BAL	19.058	82,1%	3,0%	14,8%	70,5%	1.418
53	LLANES	AST	18.968	14,2%	55,9%	29,9%	52,0%	1.221
54	ESCALA (L')	CAT	18.935	5,2%	55,8%	39,0%	73,7%	1.204
55	TARIFA	AND	18.701	19,2%	33,1%	47,8%	44,9%	2.137
56	NERJA	AND	18.552	23,7%	26,4%	49,8%	51,8%	2.299
57	MOJACAR	AND	18.370	49,8%	30,4%	19,8%	63,9%	1.340
58	ORIHUELA	CVA	18.338	5,3%	25,0%	69,8%	50,4%	4.302
59	LLUCMAJOR	BAL	17.995	65,5%	11,2%	23,3%	36,2%	3.523
60	PALAFRUGELL	CAT	17.990	8,9%	54,8%	36,3%	49,9%	1.516
61	ANTIGUA	CAN	17.966	48,3%	25,6%	26,1%	47,8%	1.830
62	CALONGE	CAT	17.433	6,1%	66,0%	27,9%	65,3%	823
63	EIVISSA	BAL	16.714	57,6%	26,7%	15,8%	24,4%	7.730
64	MALGRAT DE MAR	CAT	16.337	43,9%	52,4%	3,7%	47,8%	1.204
65	CALELLA	CAT	16.169	75,4%	18,5%	6,1%	43,6%	1.534
66	SANTA SUSANNA	CAT	15.528	71,2%	24,8%	4,1%	78,8%	1.155
67	SANT PERE PESCADOR	CAT	15.385	0,9%	95,9%	3,2%	82,5%	535
68	SON SERVERA	BAL	15.252	76,7%	11,6%	11,6%	51,3%	4.211
69	ALCALA DE XIVERT	CVA	15.179	14,8%	55,4%	29,8%	69,4%	812
70	VILA-SECA	CAT	15.135	69,5%	16,3%	14,2%	47,2%	2.745
71	ALMUÑECAR	AND	14.507	40,2%	16,9%	42,9%	57,4%	2.180
72	SITGES	CAT	13.696	37,4%	24,5%	38,1%	30,9%	2.254
73	VERA	AND	12.891	33,9%	32,0%	34,1%	35,4%	1.072
74	FORMENTERA	BAL	12.710	41,9%	23,0%	35,1%	52,6%	1.798
75	SANTA POLA	CVA	12.694	4,9%	39,3%	55,8%	65,8%	2.077
76	FELANITX	BAL	12.275	33,2%	20,2%	46,6%	43,6%	1.415
77	NOJA	CNT	12.251	16,4%	74,5%	9,1%	91,4%	641
78	PALAMOS	CAT	12.019	11,3%	64,1%	24,6%	43,6%	1.310
79	TEULADA	CVA	11.646	2,9%	29,3%	67,8%	64,0%	1.096
80	OLIVA	CVA	11.479	4,9%	59,4%	35,7%	41,0%	1.287
81	ALFAS DEL PI,L'	CVA	11.317	21,4%	57,3%	21,4%	36,6%	1.461
82	VILANOVA I LA GELTRU	CAT	11.109	3,2%	88,3%	8,6%	14,9%	954
83	CAMPELLO (EL)	CVA	10.983	5,1%	37,3%	57,6%	57,2%	1.488
84	SANTIAGO DEL TEIDE	CAN	10.951	41,0%	28,2%	30,8%	60,9%	1.785
85	VELEZ-MALAGA	AND	10.808	12,1%	48,5%	39,4%	23,7%	2.051
86	BARBATE	AND	10.687	20,4%	45,6%	34,0%	29,1%	993
87	SANT LLUIS	BAL	10.677	45,2%	17,8%	37,0%	62,3%	564
88	ISLA-CRISTINA	AND	10.609	43,5%	43,4%	13,2%	58,5%	1.127
89	ES MERCADAL	BAL	10.585	45,0%	16,6%	38,5%	68,1%	904
90	SAN JAVIER	MUR	10.575	12,4%	39,0%	48,6%	50,8%	1.878
91	VENDRELL (EL)	CAT	10.482	25,3%	52,7%	22,0%	46,5%	1.703
92	PUERTO DE SANTA MARIA(EL	AND	10.463	31,5%	22,4%	46,2%	19,3%	2.056
93	ALTEA	CVA	10.395	16,0%	22,8%	61,3%	42,7%	1.659
94	PUNTA UMBRIA	AND	10.348	50,4%	40,7%	8,9%	61,8%	1.845
95	BEGUR	CAT	10.292	10,9%	32,5%	56,6%	73,5%	967
96	AMETLLA DE MAR (L')	CAT	10.269	5,8%	35,1%	59,1%	67,1%	526
97	SAN MIGUEL	CAN	10.240	47,5%	22,7%	29,9%	42,7%	2.243
98	BENICASSIM - BENICASIM	CVA	10.113	30,3%	47,2%	22,5%	63,5%	1.554
99	GROVE (O)	GAL	9.580	35,2%	38,1%	26,7%	38,2%	791
100	PINEDA DE MAR	CAT	9.182	45,9%	42,0%	12,1%	32,5%	973

[12] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.

El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

2.3. Ranking[13] 100 principales destinos de interior, cultural, naturaleza y montaña. Año 2022 (I)

Fuente: Exceltur

Del 1 al 50			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	MONACHIL	AND	8.151	46,5%	20,1%	33,4%	54,3%	1.109
2	NAUT ARAN	CAT	7.975	42,8%	8,4%	48,8%	82,3%	1.015
3	CANGAS DE ONIS	AST	6.620	40,6%	34,7%	24,6%	39,4%	711
4	RONDA	AND	6.537	38,8%	23,0%	38,2%	19,0%	1.075
5	JACA	ARA	6.105	42,2%	33,4%	24,4%	61,0%	1.193
6	VIELHA E MIJARAN	CAT	5.946	58,9%	16,6%	24,4%	52,6%	649
7	BENASQUE	ARA	5.287	33,1%	40,6%	26,3%	76,6%	674
8	CREVILLENT	CVA	4.862	2,0%	94,5%	3,5%	23,2%	476
9	ESCORIAL (EL)	MAD	4.741	0,4%	96,9%	2,7%	35,6%	310
10	SALLENT DE GALLEGO	ARA	4.573	46,8%	23,9%	29,3%	79,7%	686
11	TORRE-PACHECO	MUR	4.312	13,8%	22,5%	63,6%	14,0%	463
12	BARRUERA	CAT	4.214	37,1%	40,1%	22,9%	79,9%	319
13	FRIGILIANA	AND	3.642	4,5%	59,8%	35,7%	48,4%	238
14	CAMALEÑO	CNT	3.386	19,5%	69,5%	11,0%	68,1%	135
15	GALENDE	CYL	3.306	6,2%	89,7%	4,1%	72,7%	135
16	TORLA	ARA	3.276	17,3%	79,2%	3,5%	84,0%	151
17	SORT	CAT	3.221	13,7%	73,9%	12,4%	51,1%	218
18	ALP	CAT	3.040	54,9%	20,4%	24,7%	79,6%	474
19	SABIÑANIGO	ARA	3.037	28,4%	49,4%	22,2%	21,9%	242
20	CAZORLA	AND	3.004	31,9%	55,7%	12,4%	24,6%	303
21	ARANJUEZ	MAD	3.002	42,3%	47,8%	9,9%	4,5%	356
22	ABEJAR	CYL	2.874	2,2%	95,6%	2,2%	80,7%	39
23	ANTEQUERA	AND	2.865	51,8%	26,0%	22,2%	6,2%	874
24	CABRALES	AST	2.835	28,1%	53,5%	18,3%	48,7%	197
25	BAÑARES	RIO	2.814	0,0%	99,8%	0,2%	87,1%	88
26	VALL DE CARDOS	CAT	2.647	8,2%	87,9%	3,9%	75,6%	48
27	CAMPRODON	CAT	2.639	17,7%	63,0%	19,3%	59,9%	231
28	ARCOS DE LA FRONTERA	AND	2.630	36,8%	24,0%	39,2%	6,6%	274
29	ALHAURIN EL GRANDE	AND	2.596	9,0%	31,7%	59,2%	13,0%	260
30	OSSA DE MONTIEL	CLM	2.548	12,3%	76,4%	11,3%	41,5%	129
31	NUCIA (LA)	CVA	2.535	31,5%	38,1%	30,4%	22,1%	670
32	PUIGCERDA	CAT	2.511	31,2%	41,1%	27,7%	33,8%	519
33	PARRES	AST	2.479	22,2%	49,5%	28,4%	29,0%	168
34	BIESCAS	ARA	2.478	28,6%	44,4%	27,0%	63,3%	186
35	BORREDA	CAT	2.474	1,0%	96,2%	2,8%	79,8%	44
36	YESTE	CLM	2.462	14,1%	70,6%	15,3%	30,9%	100
37	ALHAURIN DE LA TORRE	AND	2.448	9,5%	27,2%	63,2%	8,9%	372
38	BAZTAN (VALLE DE)	NAV	2.447	19,2%	70,5%	10,3%	12,7%	131
39	MORATALLA	MUR	2.396	8,0%	76,2%	15,8%	31,2%	171
40	IRUELA (LA)	AND	2.304	32,4%	48,8%	18,8%	41,3%	190
41	ESPOT	CAT	2.188	23,8%	71,1%	5,1%	76,3%	85
42	AINSA-SOBRARBE	ARA	2.175	30,1%	53,0%	16,9%	33,1%	253
43	SANTIAGO-PONTONES	AND	2.169	8,8%	85,7%	5,5%	35,3%	92
44	BROTO	ARA	2.102	24,4%	69,7%	5,9%	75,2%	123
45	HARO	RIO	2.067	24,9%	53,2%	22,0%	24,3%	305
46	CANDELEDA	CYL	2.056	14,3%	47,5%	38,2%	49,3%	287
47	BOLTAÑA	ARA	2.054	15,0%	78,9%	6,1%	58,6%	165
48	VALDEMAQUEDA	MAD	2.048	0,0%	98,2%	1,8%	74,2%	34
49	ALORA	AND	2.035	9,2%	48,4%	42,4%	13,0%	189
50	OLOT	CAT	2.026	23,3%	51,4%	25,3%	6,9%	312

[13] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.

El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

2.3. Ranking[14] 100 principales destinos de interior, cultural, naturaleza y montaña. Año 2022 (II)

Fuente: Exceltur

Del 51 al 100			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	CC.AA.	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
51	CASTAÑARES DE RIOJA	RIO	2.004	3,2%	96,1%	0,7%	84,0%	37
52	LABUERDA	ARA	1.990	13,7%	86,0%	0,3%	86,5%	50
53	JARANDILLA DE LA VERA	EXT	1.950	10,6%	78,7%	10,8%	32,3%	177
54	BIELSA	ARA	1.928	24,0%	70,5%	5,5%	74,0%	127
55	SAN JORGE/SANT JORDI	CVA	1.899	0,0%	59,9%	40,1%	67,9%	37
56	PANTICOSA	ARA	1.891	53,6%	5,8%	40,7%	77,8%	296
57	ALMAGRO	CLM	1.872	32,5%	31,0%	36,5%	10,9%	212
58	COMPETA	AND	1.866	6,0%	44,8%	49,2%	40,4%	117
59	UBEDA	AND	1.855	47,4%	28,8%	23,8%	9,5%	484
60	PLASENCIA	EXT	1.797	45,9%	38,2%	15,9%	10,1%	629
61	LOSAR DE LA VERA	EXT	1.771	7,2%	90,5%	2,3%	39,7%	72
62	MORA DE RUBIELOS	ARA	1.767	20,8%	69,3%	10,0%	48,9%	148
63	PEGUERINOS	CYL	1.760	0,0%	97,3%	2,7%	80,2%	30
64	HERVAS	EXT	1.727	13,5%	68,3%	18,1%	35,8%	192
65	CAZALLA DE LA SIERRA	AND	1.710	11,1%	79,7%	9,2%	35,9%	176
66	CABRERA (LA)	MAD	1.698	10,8%	83,6%	5,5%	42,6%	139
67	ALQUEZAR	ARA	1.667	10,8%	75,2%	14,0%	69,2%	84
67	SAN MIGUEL DE SALINAS	CVA	1.667	0,7%	53,6%	45,7%	49,0%	196
69	ESTELLA-LIZARRA	NAV	1.654	17,3%	71,3%	11,4%	10,4%	166
70	ERRO (VALLE DE)	NAV	1.652	2,3%	95,5%	2,2%	58,7%	58
71	SARRIA	GAL	1.648	41,7%	28,2%	30,1%	18,5%	350
72	ARZUA	GAL	1.637	33,9%	28,7%	37,4%	21,4%	202
73	ALBARRACIN	ARA	1.612	43,7%	42,1%	14,2%	50,7%	141
74	PILOÑA	AST	1.577	15,3%	52,9%	31,8%	21,6%	144
75	RIOPAR	CLM	1.576	16,2%	52,2%	31,7%	47,6%	85
76	ONIS	AST	1.567	7,6%	83,5%	8,9%	58,3%	98
77	TRUJILLO	EXT	1.558	65,3%	22,6%	12,1%	15,7%	291
78	BELLVER DE CERDANYA	CAT	1.554	30,9%	49,1%	20,0%	49,6%	170
79	GUEJAR-SIERRA	AND	1.553	28,9%	56,6%	14,5%	30,7%	97
80	CORNELLA DE LLOBREGAT	CAT	1.527	80,9%	1,6%	17,5%	2,1%	409
81	BORMUJOS	AND	1.523	19,4%	73,5%	7,1%	4,6%	132
82	SIGÜENZA	CLM	1.519	39,7%	31,4%	28,9%	46,4%	328
83	CIUDAD RODRIGO	CYL	1.489	52,2%	31,6%	16,3%	26,0%	372
84	GARGANTILLA DEL LOZOYA	MAD	1.487	0,0%	98,0%	2,0%	85,8%	68
85	ENGUERA	CVA	1.454	2,6%	89,8%	7,6%	24,9%	75
86	GRAZALEMA	AND	1.453	32,8%	34,5%	32,6%	39,8%	131
87	CARLOTA (LA)	AND	1.450	19,8%	75,1%	5,1%	14,1%	238
88	CALDES DE MONTBUI	CAT	1.444	26,2%	66,5%	7,3%	9,5%	194
89	FORTUNA	MUR	1.440	31,9%	55,7%	12,4%	16,3%	159
90	SANTA PAU	CAT	1.433	3,3%	86,0%	10,7%	39,5%	103
91	TUDELA	NAV	1.431	51,2%	22,4%	26,4%	3,4%	285
92	LANJARON	AND	1.429	83,0%	6,2%	10,8%	33,4%	227
93	ALCALÁ DEL JUCAR	CLM	1.423	14,7%	53,7%	31,6%	43,6%	123
94	SANTA MARTA DE TORMES	CYL	1.414	47,1%	48,5%	4,4%	10,7%	321
95	RIAZA	CYL	1.397	3,1%	79,6%	17,3%	59,2%	117
96	ALCAÑIZ	ARA	1.394	39,3%	45,7%	15,0%	9,0%	271
97	POZO ALCON	AND	1.381	23,9%	64,3%	11,8%	13,6%	67
98	MENDIGORRIA	NAV	1.376	0,0%	100,0%	0,0%	39,9%	25
99	CASAVIEJA	CYL	1.366	1,2%	93,9%	4,8%	63,0%	47
100	BARRACO	CYL	1.363	3,3%	86,9%	9,8%	52,2%	71

[14] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.

El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Ranking de destinos de relevancia turística y contribución por CCAA

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

Andalucía

Atlas de contribución municipal del turismo en Andalucía. Año 2022

Ranking[15] principales destinos andaluces

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino					Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura					Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas		% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	MARBELLA	Málaga	63.802	26,9%	18,3%	54,8%		33,4%	12.515
2	SEVILLA	Sevilla	52.933	48,0%	13,1%	38,9%		10,6%	15.337
3	MÁLAGA	Málaga	44.666	30,1%	13,9%	56,1%		8,6%	11.790
4	TORREMOLINOS	Málaga	36.489	65,5%	11,0%	23,5%		38,2%	6.861
5	BENALMADENA	Málaga	35.568	39,9%	18,2%	41,9%		41,9%	4.756
6	MIJAS	Málaga	31.076	7,2%	32,1%	60,7%		34,4%	3.974
7	GRANADA	Granada	29.104	53,8%	11,0%	35,2%		18,6%	8.242
8	ESTEPONA	Málaga	28.113	28,8%	21,6%	49,7%		40,4%	4.367
9	ROQUETAS DE MAR	Almería	27.130	65,4%	20,7%	13,9%		25,6%	3.984
10	FUENGIROLA	Málaga	25.348	47,6%	13,4%	39,0%		33,1%	4.588
11	CONIL DE LA FRONTERA	Cádiz	25.264	24,9%	30,0%	45,0%		49,6%	2.404
12	CHICLANA DE LA FRONTERA	Cádiz	22.738	54,9%	6,5%	38,6%		28,5%	4.100
13	TARIFA	Cádiz	18.701	19,2%	33,1%	47,8%		44,9%	2.137
14	NERJA	Málaga	18.552	23,7%	26,4%	49,8%		51,8%	2.299
15	MOJACAR	Almería	18.370	49,8%	30,4%	19,8%		63,9%	1.340
16	CÓRDOBA	Córdoba	16.729	47,8%	12,8%	39,4%		10,4%	4.770
17	ALMUÑECAR	Granada	14.507	40,2%	16,9%	42,9%		57,4%	2.180
18	VERA	Almería	12.891	33,9%	32,0%	34,1%		35,4%	1.072
19	CÁDIZ	Cádiz	11.324	25,8%	17,6%	56,6%		12,7%	2.611
20	VELEZ-MALAGA	Málaga	10.808	12,1%	48,5%	39,4%		23,7%	2.051
21	BARBATE	Cádiz	10.687	20,4%	45,6%	34,0%		29,1%	993
22	ISLA-CRISTINA	Huelva	10.609	43,5%	43,4%	13,2%		58,5%	1.127
23	PUERTO DE SANTA MARIA(	Cádiz	10.463	31,5%	22,4%	46,2%		19,3%	2.056
24	PUNTA UMBRIA	Huelva	10.348	50,4%	40,7%	8,9%		61,8%	1.845
25	ALMERÍA	Almería	10.053	53,3%	16,2%	30,4%		11,9%	2.818
26	MOGUER	Huelva	9.111	15,2%	83,5%	1,3%		21,3%	462
27	NIJAR	Almería	9.055	20,5%	34,0%	45,5%		16,0%	719
28	TORROX	Málaga	9.026	17,1%	39,0%	43,9%		48,4%	908
29	AYAMONTE	Huelva	8.892	44,0%	10,9%	45,0%		45,5%	1.038
30	MANILVA	Málaga	8.299	8,2%	33,2%	58,6%		46,0%	702
31	BENAHAVIS	Málaga	8.228	24,4%	17,7%	57,9%		46,7%	333
32	ALMONTE	Huelva	8.155	56,7%	31,5%	11,8%		37,0%	1.644
33	MONACHIL	Granada	8.151	46,5%	20,1%	33,4%		54,3%	1.109
34	JEREZ DE LA FRONTERA	Cádiz	7.861	49,5%	9,4%	41,1%		4,6%	2.071
35	ROTA	Cádiz	6.731	56,8%	11,5%	31,7%		43,2%	1.730
36	RONDA	Málaga	6.537	38,8%	23,0%	38,2%		19,0%	1.075
37	CARTAYA	Huelva	5.203	76,3%	1,2%	22,4%		31,9%	1.003
38	SAN ROQUE	Cádiz	5.131	32,1%	11,7%	56,2%		18,2%	917
39	VEJER DE LA FRONTERA	Cádiz	5.054	13,6%	19,5%	66,9%		21,6%	535
40	LEPE	Huelva	4.792	38,9%	40,3%	20,8%		39,7%	1.957
41	MOTRIL	Granada	4.780	33,5%	43,9%	22,6%		28,1%	1.422
42	CHIPIONA	Cádiz	4.409	60,3%	9,6%	30,1%		42,8%	1.291
43	EJIDO (EL)	Almería	4.218	44,1%	41,1%	14,8%		12,7%	1.190
44	SANLUCAR DE BARRAMEDA	Cádiz	4.171	19,4%	9,3%	71,3%		14,5%	1.477
45	RINCON DE LA VICTORIA	Málaga	3.954	16,3%	9,1%	74,6%		22,4%	817
46	FRIGILIANA	Málaga	3.642	4,5%	59,8%	35,7%		48,4%	238
47	CAZORLA	Jaén	3.004	31,9%	55,7%	12,4%		24,6%	303
48	ANTEQUERA	Málaga	2.865	51,8%	26,0%	22,2%		6,2%	874
49	ALGECIRAS	Cádiz	2.641	79,6%	2,3%	18,1%		6,4%	1.102
50	ARCOS DE LA FRONTERA	Cádiz	2.630	36,8%	24,0%	39,2%		6,6%	274
51	ALHAURIN EL GRANDE	Málaga	2.596	9,0%	31,7%	59,2%		13,0%	260
52	ALHAURIN DE LA TORRE	Málaga	2.448	9,5%	27,2%	63,2%		8,9%	372
53	CARBONERAS	Almería	2.378	26,9%	27,4%	45,7%		20,4%	530
54	LINEA DE LA CONCEPCION (	Cádiz	2.316	81,3%	11,8%	6,9%		6,0%	498
55	CUEVAS DEL ALMANZORA	Almería	2.311	11,6%	57,8%	30,6%		26,8%	482
56	IRUELA (LA)	Jaén	2.304	32,4%	48,8%	18,8%		41,3%	190
57	SANTIAGO-PONTONES	Jaén	2.169	8,8%	85,7%	5,5%		35,3%	92
58	PULPI	Almería	2.163	7,4%	41,6%	51,0%		34,2%	259
59	ALORA	Málaga	2.035	9,2%	48,4%	42,4%		13,0%	189
60	COMPETA	Málaga	1.866	6,0%	44,8%	49,2%		40,4%	117
61	UBEDA	Jaén	1.855	47,4%	28,8%	23,8%		9,5%	484
62	CAZALLA DE LA SIERRA	Sevilla	1.710	11,1%	79,7%	9,2%		35,9%	176
63	HUELVA	Huelva	1.595	74,1%	0,8%	25,1%		5,6%	993
64	GUEJAR-SIERRA	Granada	1.553	28,9%	56,6%	14,5%		30,7%	97
65	BORMUJOS	Sevilla	1.523	19,4%	73,5%	7,1%		4,6%	132
66	JAÉN	Jaén	1.483	71,3%	2,9%	25,8%		6,6%	1.148
67	GRAZALEMA	Cádiz	1.453	32,8%	34,5%	32,6%		39,8%	131
68	CARLOTA (LA)	Córdoba	1.450	19,8%	75,1%	5,1%		14,1%	238
69	LANJARON	Granada	1.429	83,0%	6,2%	10,8%		33,4%	227
70	SAN FERNANDO	Cádiz	1.417	59,6%	8,0%	32,3%		4,5%	321
71	DOS HERMANAS	Sevilla	1.405	44,0%	37,7%	18,4%		2,2%	551
72	POZO ALCON	Jaén	1.381	23,9%	64,3%	11,8%		13,6%	67
73	PRIEGO DE CORDOBA	Córdoba	1.318	34,0%	41,2%	24,8%		12,6%	229
74	ALMODOVAR DEL RIO	Córdoba	1.308	3,4%	81,2%	15,4%		16,4%	66
75	OLVERA	Cádiz	1.258	11,8%	68,9%	19,2%		14,9%	83
76	ARDALES	Málaga	1.148	8,4%	78,0%	13,7%		30,7%	119
77	ALBOLOTE	Granada	1.136	89,2%	0,0%	10,8%		13,6%	386
78	BARRIOS (LOS)	Cádiz	1.131	92,8%	1,6%	5,6%		8,1%	365
79	GUILLENA	Sevilla	1.113	43,8%	37,0%	19,2%		11,6%	117
80	LOJA	Granada	1.076	83,4%	4,2%	12,5%		9,3%	262
81	SEGURA DE LA SIERRA	Jaén	1.047	7,2%	86,7%	6,1%		27,4%	42

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[15] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Aragón

Atlas de contribución municipal del turismo en Aragón. Año 2022

Ranking[16] principales destinos aragoneses

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	ZARAGOZA	Zaragoza	14.360	72,1%	10,9%	17,0%	4,9%	5.027
2	JACA	Huesca	6.105	42,2%	33,4%	24,4%	61,0%	1.193
3	BENASQUE	Huesca	5.287	33,1%	40,6%	26,3%	76,6%	674
4	SALLENT DE GALLEGO	Huesca	4.573	46,8%	23,9%	29,3%	79,7%	686
5	TORLA	Huesca	3.276	17,3%	79,2%	3,5%	84,0%	151
6	TERUEL	Teruel	3.191	60,5%	19,3%	20,2%	16,4%	933
7	SABIÑANIGO	Huesca	3.037	28,4%	49,4%	22,2%	21,9%	242
8	BIESCAS	Huesca	2.478	28,6%	44,4%	27,0%	63,3%	186
9	AINSA-SOBRARBE	Huesca	2.175	30,1%	53,0%	16,9%	33,1%	253
10	BROTO	Huesca	2.102	24,4%	69,7%	5,9%	75,2%	123
11	BOLTAÑA	Huesca	2.054	15,0%	78,9%	6,1%	58,6%	165
12	LABUERDA	Huesca	1.990	13,7%	86,0%	0,3%	86,5%	50
13	BIELSA	Huesca	1.928	24,0%	70,5%	5,5%	74,0%	127
14	PANTICOSA	Huesca	1.891	53,6%	5,8%	40,7%	77,8%	296
15	MORA DE RUBIELOS	Teruel	1.767	20,8%	69,3%	10,0%	48,9%	148
16	ALQUEZAR	Huesca	1.667	10,8%	75,2%	14,0%	69,2%	84
17	HUESCA	Huesca	1.648	73,5%	17,4%	9,1%	7,8%	649
18	ALBARRACIN	Teruel	1.612	43,7%	42,1%	14,2%	50,7%	141
19	ALCAÑIZ	Teruel	1.394	39,3%	45,7%	15,0%	9,0%	271
20	BIERGE	Huesca	1.348	18,7%	74,1%	7,2%	73,8%	50
21	PUEBLA DE CASTRO (LA)	Huesca	1.304	7,1%	84,7%	8,1%	63,4%	27
22	VALLE DE HECHO	Huesca	1.271	16,5%	79,6%	3,9%	55,9%	64
23	FISCAL	Huesca	1.234	6,1%	81,8%	12,1%	70,1%	49
24	PUERTOLAS	Huesca	1.215	17,1%	78,4%	4,4%	71,0%	48
25	CASPE	Zaragoza	1.076	25,0%	67,6%	7,4%	14,5%	174

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[16] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Asturias

Atlas de contribución municipal del turismo en Asturias. Año 2022

Ranking[17] principales destinos asturianos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino					Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura					Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas		% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	LLANES	Asturias	18.968	14,2%	55,9%	29,9%		52,0%	1.221
2	GIJON	Asturias	12.353	40,3%	18,1%	41,6%		7,3%	2.804
3	OVIEDO	Asturias	8.544	66,0%	2,5%	31,5%		6,5%	2.321
4	CANGAS DE ONIS	Asturias	6.620	40,6%	34,7%	24,6%		39,4%	711
5	RIBADESELLA	Asturias	4.870	22,3%	49,3%	28,4%		56,8%	550
6	VILLAVICIOSA	Asturias	4.671	17,1%	59,2%	23,7%		32,4%	519
7	CUDILLERO	Asturias	4.333	16,5%	64,4%	19,1%		36,7%	248
8	VALDES	Asturias	3.563	13,4%	64,2%	22,5%		26,8%	301
9	RIBADEDEVA	Asturias	3.228	14,6%	65,0%	20,4%		51,1%	135
10	CABRALES	Asturias	2.835	28,1%	53,5%	18,3%		48,7%	197
11	PARRES	Asturias	2.479	22,2%	49,5%	28,4%		29,0%	168
12	COLUNGA	Asturias	2.292	25,8%	45,0%	29,2%		42,3%	232
13	GOZON	Asturias	2.234	16,9%	54,4%	28,7%		32,4%	272
14	CASTRILLON	Asturias	2.123	7,7%	63,8%	28,5%		11,2%	283
15	CARREÑO	Asturias	2.002	29,1%	57,4%	13,5%		13,3%	177
16	CASTROPOL	Asturias	1.999	9,3%	76,2%	14,5%		30,9%	84
17	PILOÑA	Asturias	1.577	15,3%	52,9%	31,8%		21,6%	144
18	ONIS	Asturias	1.567	7,6%	83,5%	8,9%		58,3%	98
19	TAPIA DE CASARIEGO	Asturias	1.386	16,6%	71,9%	11,5%		42,8%	144
20	CANGAS DEL NARCEA	Asturias	1.295	28,2%	55,1%	16,7%		19,0%	281
21	SIERO	Asturias	1.284	63,5%	12,6%	23,9%		6,2%	559
22	CARAVIA	Asturias	1.238	5,2%	81,6%	13,2%		64,0%	48
23	SOMIEDO	Asturias	1.236	15,7%	76,6%	7,7%		59,5%	52

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[17] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Baleares

Atlas de contribución municipal del turismo en Baleares. Año 2022

Ranking[18] principales destinos baleares[19]

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino					Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura					Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Isla	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas		% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	CALVIA	Mallorca	68.478	82,8%	11,9%	5,3%		62,1%	10.779
2	PALMA DE MALLORCA	Mallorca	57.413	85,8%	4,1%	10,0%		11,9%	27.022
3	ALCUDIA	Mallorca	41.215	53,9%	18,8%	27,3%		67,4%	5.353
4	CIUTADELLA DE MENORCA	Menorca	33.133	45,2%	32,4%	22,4%		50,3%	2.755
5	SANT JOSEP DE SA TALAIA	Ibiza	31.250	48,4%	17,2%	34,4%		55,3%	3.495
6	SANTA EULARIA DEL RIU	Ibiza	29.666	54,8%	19,4%	25,9%		47,3%	3.993
7	SANT LLORENC DES CARDA	Mallorca	27.532	86,6%	6,1%	7,2%		72,4%	948
8	SANTANYI	Mallorca	26.703	57,6%	13,1%	29,3%		71,6%	2.680
9	POLLENÇA	Mallorca	25.360	22,6%	8,5%	68,9%		61,6%	2.110
10	MANACOR	Mallorca	25.338	69,6%	6,9%	23,5%		41,1%	2.907
11	CAPDEPERA	Mallorca	22.796	79,2%	6,3%	14,5%		61,7%	2.244
12	SANT ANTONI DE PORTMA	Ibiza	20.928	61,9%	24,0%	14,1%		40,6%	2.748
13	SANTA MARGALIDA	Mallorca	19.898	67,8%	7,4%	24,8%		62,6%	2.361
14	MURO	Mallorca	19.058	82,1%	3,0%	14,8%		70,5%	1.418
15	LLUCMAJOR	Mallorca	17.995	65,5%	11,2%	23,3%		36,2%	3.523
16	EIVISSA	Ibiza	16.714	57,6%	26,7%	15,8%		24,4%	7.730
17	SON SERVERA	Mallorca	15.252	76,7%	11,6%	11,6%		51,3%	4.211
18	FORMENTERA	Formentera	12.710	41,9%	23,0%	35,1%		52,6%	1.798
19	FELANITX	Mallorca	12.275	33,2%	20,2%	46,6%		43,6%	1.415
20	SANT LLUIS	Menorca	10.677	45,2%	17,8%	37,0%		62,3%	564
21	ES MERCADAL	Menorca	10.585	45,0%	16,6%	38,5%		68,1%	904
22	ALAIOR	Menorca	8.418	40,6%	23,8%	35,6%		45,7%	851
23	SANT JOAN DE LABRITJA	Ibiza	7.802	56,3%	13,7%	29,9%		60,8%	1.860
24	SOLLER	Mallorca	6.828	38,3%	9,4%	52,3%		41,4%	1.532
25	ANDRATX	Mallorca	6.043	60,8%	9,9%	29,3%		47,4%	961
26	SES SALINES	Mallorca	5.978	68,0%	8,1%	23,9%		53,1%	806
27	MAO	Menorca	3.187	52,0%	13,0%	35,0%		13,6%	1.128
28	ES MIGJORN GRAN	Menorca	3.114	57,2%	30,7%	12,1%		66,1%	95
29	FERRERIES	Menorca	2.157	37,2%	31,7%	31,1%		31,1%	187

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[18] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

[19] El destino Playa de Palma no se ha podido incorporar en el informe de forma diferenciada debido a su configuración territorial entre dos municipios, Palma de Mallorca y Llucmajor y la falta de publicación por parte del INE de algunos indicadores de base del Atlas, con respecto a lo que pertenece a la Playa de Palma y lo que no. Para entender la relevancia de este destino y con el único indicador disponible diferenciado que se dispone para la playa de Palma, como es la planta hotelera, la Playa de Palma se situaría en niveles de plazas hoteleras próximos a la posición que ostenta Calviá. De hecho, de incluirse la Playa de Palma de forma diferenciada, el número de plazas en la ciudad de Palma de Mallorca se reducirían notablemente, al estar una parte relevante de ellas localizadas en esta franja de su territorio.

Cataluña

Atlas de contribución municipal del turismo en Cataluña. Año 2022

Ranking[20] principales destinos catalanes

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino					Especialización y contribución	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura					Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas		% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	BARCELONA	Barcelona	126.633	69,1%	2,4%	28,5%		8,5%	47.143
2	SALOU	Tarragona	72.077	50,9%	32,0%	17,1%		77,9%	5.469
3	LLORET DE MAR	Girona	53.553	61,3%	17,1%	21,5%		55,1%	4.684
4	CAMBRILS	Tarragona	32.950	22,8%	53,9%	23,4%		63,1%	2.919
5	TORROELLA DE MONTGRI	Girona	31.338	6,0%	76,7%	17,4%		67,1%	1.382
6	CASTELL-PLATJA D'ARO	Girona	28.999	25,4%	53,6%	21,0%		72,7%	2.428
7	ROSES	Girona	26.889	28,8%	27,5%	43,7%		71,5%	2.250
8	CASTELLO D'EMPURIES	Girona	26.605	4,7%	65,5%	29,8%		75,5%	1.815
9	MONT-ROIG DEL CAMP	Tarragona	22.141	8,5%	60,6%	30,9%		65,7%	891
10	BLANES	Girona	21.217	17,2%	67,5%	15,3%		38,4%	1.744
11	TOSSA DE MAR	Girona	21.129	41,4%	39,2%	19,4%		76,2%	1.453
12	PALS	Girona	19.166	5,2%	77,1%	17,7%		86,0%	700
13	ESCALA (L')	Girona	18.935	5,2%	55,8%	39,0%		73,7%	1.204
14	PALAFRUGELL	Girona	17.990	8,9%	54,8%	36,3%		49,9%	1.516
15	CALONGE	Girona	17.433	6,1%	66,0%	27,9%		65,3%	823
16	MALGRAT DE MAR	Barcelona	16.337	43,9%	52,4%	3,7%		47,8%	1.204
17	CALELLA	Barcelona	16.169	75,4%	18,5%	6,1%		43,6%	1.534
18	TARRAGONA	Tarragona	16.124	15,5%	66,3%	18,3%		12,7%	2.670
19	SANTA SUSANNA	Barcelona	15.528	71,2%	24,8%	4,1%		78,8%	1.155
20	SANT PERE PESCADOR	Girona	15.385	0,9%	95,9%	3,2%		82,5%	535
21	VILA-SECA	Tarragona	15.135	69,5%	16,3%	14,2%		47,2%	2.745
22	SITGES	Barcelona	13.696	37,4%	24,5%	38,1%		30,9%	2.254
23	PALAMOS	Girona	12.019	11,3%	64,1%	24,6%		43,6%	1.310
24	VILANOVA I LA GELTRU	Barcelona	11.109	3,2%	88,3%	8,6%		14,9%	954
25	VENDRELL (EL)	Tarragona	10.482	25,3%	52,7%	22,0%		46,5%	1.703
26	BEGUR	Girona	10.292	10,9%	32,5%	56,6%		73,5%	967
27	AMETLLA DE MAR (L')	Tarragona	10.269	5,8%	35,1%	59,1%		67,1%	526
28	PINEDA DE MAR	Barcelona	9.182	45,9%	42,0%	12,1%		32,5%	973
29	RODA DE BARA	Tarragona	8.655	0,0%	84,3%	15,7%		68,8%	432
30	NAUT ARAN	Lleida	7.975	42,8%	8,4%	48,8%		82,3%	1.015
31	CREIXELL	Tarragona	7.800	0,7%	92,0%	7,3%		71,2%	296
32	HOSPITALET DE LLOBREGAT	Barcelona	7.749	63,7%	6,1%	30,2%		2,0%	1.801
33	CASTELLDEFELS	Barcelona	7.315	40,2%	44,1%	15,8%		11,9%	1.172
34	SANTA CRISTINA D'ARO	Girona	7.310	5,8%	76,8%	17,4%		54,0%	380
35	TORREDEMBARRA	Tarragona	6.707	4,9%	61,4%	33,7%		52,9%	1.067
36	CALAFELL	Tarragona	6.662	26,2%	27,7%	46,1%		54,2%	1.234
37	SANT FELIU DE GUIXOLS	Girona	6.302	29,9%	17,5%	52,6%		34,3%	891
38	VIELHA E MIJARAN	Lleida	5.946	58,9%	16,6%	24,4%		52,6%	649
39	LLANÇA	Girona	5.807	10,8%	34,3%	54,9%		76,3%	381
40	DELTEBRE	Tarragona	5.276	8,0%	32,8%	59,2%		26,8%	303
41	CADAQUES	Girona	5.092	22,8%	23,0%	54,2%		71,1%	667
42	VANDELLOS I L'HOSPITALET	Tarragona	4.350	16,3%	59,9%	23,8%		52,3%	391
43	GIRONA	Girona	4.250	55,1%	4,2%	40,7%		5,7%	1.760
44	BARRUERA	Lleida	4.214	37,1%	40,1%	22,9%		79,9%	319
45	PORT DE LA SELVA (EL)	Girona	3.814	8,2%	65,1%	26,7%		82,8%	202
46	AMPOLLA (L')	Tarragona	3.684	13,7%	33,1%	53,1%		57,1%	281
47	MONTBLANC	Tarragona	3.578	2,5%	94,2%	3,3%		29,3%	248
48	ALTAFULLA	Tarragona	3.262	20,6%	58,2%	21,2%		54,7%	372
49	SORT	Lleida	3.221	13,7%	73,9%	12,4%		51,1%	218
50	RÀPITA (LA)	Tarragona	3.052	29,8%	22,5%	47,7%		34,6%	680
51	ALP	Girona	3.040	54,9%	20,4%	24,7%		79,6%	474
52	CANET DE MAR	Barcelona	3.021	11,7%	70,7%	17,7%		21,8%	230
53	ALCANAR	Tarragona	2.953	4,9%	47,8%	47,3%		40,3%	302
54	MATARO	Barcelona	2.775	35,0%	44,0%	21,0%		2,9%	456
55	GAVA	Barcelona	2.722	7,3%	80,8%	11,9%		9,9%	495
56	CERDANYOLA DEL VALLES	Barcelona	2.696	19,7%	76,3%	4,0%		4,1%	249
57	VALL DE CARDOS	Lleida	2.647	8,2%	87,9%	3,9%		75,6%	48
58	CAMPRODON	Girona	2.639	17,7%	63,0%	19,3%		59,9%	231
59	LLEIDA	Lleida	2.630	89,7%	0,2%	10,1%		4,5%	1.081
60	ARENYS DE MAR	Barcelona	2.531	6,5%	74,6%	19,0%		17,9%	348
61	PUIGCERDA	Girona	2.511	31,2%	41,1%	27,7%		33,8%	519
62	BORREDA	Barcelona	2.474	1,0%	96,2%	2,8%		79,8%	44
63	FIGUERES	Girona	2.237	68,4%	3,8%	27,8%		4,5%	478
64	ESPOT	Lleida	2.188	23,8%	71,1%	5,1%		76,3%	85
65	AMPOSTA	Tarragona	2.145	11,0%	50,5%	38,5%		8,7%	249
66	OLOT	Girona	2.026	23,3%	51,4%	25,3%		6,9%	312
67	SANT POL DE MAR	Barcelona	2.025	7,3%	59,1%	33,6%		39,7%	176
68	CUBELLES	Barcelona	1.952	4,0%	61,8%	34,2%		28,0%	260
69	MONT-RAS	Girona	1.774	0,0%	88,0%	12,0%		39,5%	66
70	SANT CUGAT DEL VALLES	Barcelona	1.741	81,3%	0,5%	18,2%		3,5%	882
71	SABADELL	Barcelona	1.573	87,2%	0,0%	12,8%		1,5%	621
72	BELLVER DE CERDANYA	Lleida	1.554	30,9%	49,1%	20,0%		49,6%	170
73	REUS	Tarragona	1.543	64,9%	2,9%	32,3%		6,2%	1.002
74	CORNELLA DE LLOBREGAT	Barcelona	1.527	80,9%	1,6%	17,5%		2,1%	409
75	ARBUCIES	Girona	1.484	5,7%	78,4%	15,8%		17,0%	110
76	CALDES DE MONTBUI	Barcelona	1.444	26,2%	66,5%	7,3%		9,5%	194
77	SANTA PAU	Girona	1.433	3,3%	86,0%	10,7%		39,5%	103
78	PRAT DE LLOBREGAT (EL)	Barcelona	1.380	90,8%	0,0%	9,2%		2,7%	7.405
79	CASTELLAR DEL RIU	Barcelona	1.346	1,0%	97,7%	1,3%		83,5%	21
80	CALDES DE MALAVELLA	Girona	1.325	65,7%	4,2%	30,1%		19,2%	399
81	GRANOLLERS	Barcelona	1.312	98,2%	0,0%	1,8%		3,1%	460
82	SOLSONA	Lleida	1.309	17,5%	74,9%	7,6%		8,1%	145
83	PRULLANS	Lleida	1.280	18,0%	78,4%	3,5%		71,7%	58
84	RIBES DE FRESER	Girona	1.242	42,8%	33,8%	23,3%		49,6%	171
85	CAMARASA	Lleida	1.236	3,5%	85,7%	10,8%		53,0%	57
86	COLERA	Girona	1.226	5,9%	77,9%	16,2%		82,3%	54
87	ARNES	Tarragona	1.209	26,9%	67,2%	6,0%		68,7%	34
88	BERGA	Barcelona	1.155	18,2%	73,8%	8,1%		9,1%	219
89	PORQUERES	Girona	1.143	3,1%	87,4%	9,5%		13,2%	62
90	SALDES	Barcelona	1.130	6,3%	90,4%	3,4%		78,2%	70
91	PONT DE SUERT (EL)	Lleida	1.129	23,8%	63,2%	12,9%		28,7%	79
92	MONTFERRER I CASTELLBO	Lleida	1.110	9,5%	82,8%	7,7%		39,7%	50
93	RIPOLL	Girona	1.085	15,4%	72,5%	12,1%		8,8%	274
94	MONTAGUT	Girona	1.075	6,1%	79,2%	14,7%		42,7%	32
95	SANT LLORENÇ DE MORUN	Lleida	1.055	9,0%	80,4%	10,6%		56,4%	51
96	VALLS DE VALIRA (LES)	Lleida	987	21,6%	71,0%	7,4%		41,5%	46
97	SANT JOAN DESPI	Barcelona	923	98,4%	0,0%	1,6%		2,5%	78

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[20] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Cantabria

Atlas de contribución municipal del turismo en Cantabria. Año 2022

Ranking[21] principales destinos cántabros

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	SANTANDER	Cantabria	12.659	37,4%	19,0%	43,6%	11,6%	3.848
2	NOJA	Cantabria	12.251	16,4%	74,5%	9,1%	91,4%	641
3	RIBAMONTAN AL MAR	Cantabria	6.866	11,2%	69,3%	19,5%	58,5%	398
4	SANTILLANA DEL MAR	Cantabria	5.176	28,7%	58,3%	13,0%	40,6%	425
5	ARNUERO	Cantabria	5.113	29,8%	54,2%	16,1%	67,9%	396
6	SUANCES	Cantabria	4.099	37,8%	28,1%	34,2%	47,7%	608
7	BAREYO	Cantabria	4.088	2,7%	85,2%	12,2%	60,4%	143
8	SAN VICENTE DE LA BARQU	Cantabria	4.008	19,6%	50,6%	29,8%	55,3%	443
9	CASTRO-URDIALES	Cantabria	3.957	16,1%	54,0%	29,9%	33,4%	852
10	LAREDO	Cantabria	3.934	19,3%	57,0%	23,7%	64,7%	966
11	CAMALEÑO	Cantabria	3.386	19,5%	69,5%	11,0%	68,1%	135
12	VAL DE SAN VICENTE	Cantabria	3.113	20,0%	53,7%	26,3%	50,0%	239
13	COMILLAS	Cantabria	2.512	24,5%	46,5%	29,1%	60,0%	269
14	PIELAGOS	Cantabria	2.373	22,1%	29,4%	48,5%	10,4%	240
15	VALDALIGA	Cantabria	2.236	4,7%	77,1%	18,2%	44,9%	87
16	ALFOZ DE LLOREDO	Cantabria	1.451	27,9%	42,4%	29,7%	44,2%	92
17	RUILOBA	Cantabria	1.447	2,6%	69,2%	28,2%	68,8%	40
18	SANTA CRUZ DE BEZANA	Cantabria	1.336	19,9%	47,3%	32,8%	9,5%	135

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[21] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Castilla y León

Atlas de contribución municipal del turismo en Castilla y León. Año 2022

Ranking[22] principales destinos castellanoleoneses

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	SALAMANCA	Salamanca	9.863	64,6%	8,0%	27,3%	20,4%	3.864
2	BURGOS	Burgos	6.596	60,3%	21,1%	18,7%	9,2%	2.404
3	LEÓN	León	5.910	62,0%	5,3%	32,7%	12,1%	2.557
4	VALLADOLID	Valladolid	5.090	77,5%	5,5%	17,0%	7,6%	3.093
5	SEGOVIA	Segovia	4.234	62,4%	23,7%	13,9%	14,8%	1.340
6	ÁVILA	Ávila	3.854	75,6%	5,4%	19,0%	12,5%	1.276
7	GALENDE	Zamora	3.306	6,2%	89,7%	4,1%	72,7%	135
8	ABEJAR	Soria	2.874	2,2%	95,6%	2,2%	80,7%	39
9	PONFERRADA	León	2.356	61,0%	15,3%	23,6%	10,0%	851
10	ZAMORA	Zamora	2.208	57,6%	7,9%	34,5%	15,7%	1.166
11	SORIA	Soria	2.184	59,8%	14,6%	25,5%	15,9%	867
12	CANDELEDA	Ávila	2.056	14,3%	47,5%	38,2%	49,3%	287
13	PEGUERINOS	Ávila	1.760	0,0%	97,3%	2,7%	80,2%	30
14	CIUDAD RODRIGO	Salamanca	1.489	52,2%	31,6%	16,3%	26,0%	372
15	SANTA MARTA DE TORMES	Salamanca	1.414	47,1%	48,5%	4,4%	10,7%	321
16	RIAZA	Segovia	1.397	3,1%	79,6%	17,3%	59,2%	117
17	CASAVIEJA	Ávila	1.366	1,2%	93,9%	4,8%	63,0%	47
18	BARRACO	Ávila	1.363	3,3%	86,9%	9,8%	52,2%	71
19	TORDESILLAS	Valladolid	1.280	42,6%	45,7%	11,7%	22,6%	338
20	ALBERCA (LA)	Salamanca	1.268	35,1%	59,7%	5,2%	56,8%	174
21	HOYOS DEL ESPINO	Ávila	1.251	11,2%	81,2%	7,6%	65,2%	59
22	VINUESA	Soria	1.213	16,2%	76,8%	6,9%	54,4%	78
23	BOÑAR	León	1.212	6,9%	88,6%	4,5%	41,6%	63
24	QUINTANAR DE LA SIERRA	Burgos	1.206	11,4%	85,6%	3,1%	37,2%	54
25	PUEBLA DE SANABRIA	Zamora	1.168	38,2%	56,3%	5,5%	46,9%	147
26	CANDELARIO	Salamanca	1.155	10,6%	70,9%	18,4%	57,9%	37
27	NAVARREDONDA DE GREDOS	Ávila	1.148	23,8%	65,2%	11,1%	66,5%	96
28	AGUILAR DE CAMPOO	Palencia	1.130	24,3%	68,6%	7,1%	18,3%	180
29	PALENCIA	Palencia	1.081	89,9%	0,0%	10,1%	12,7%	1.029
30	POLA DE GORDON (LA)	León	1.045	11,1%	80,8%	8,1%	33,8%	49
31	HOSPITAL DE ORBIGO	León	1.014	11,5%	87,4%	1,1%	47,3%	275
32	VALENCIA DE DON JUAN	León	999	27,0%	70,1%	2,9%	24,4%	132
33	CERVERA DE PISUERGA	Palencia	955	27,1%	67,7%	5,1%	35,0%	126
34	CARRACEDELO	León	932	14,1%	82,8%	3,1%	13,2%	33

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[22] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Castilla La-Mancha

Atlas de contribución municipal del turismo en Castilla La-Mancha. Año 2022

Ranking[23] principales destinos castellanomanchegos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	TOLEDO	Toledo	8.291	57,6%	12,2%	30,2%	9,8%	2.104
2	CUENCA	Cuenca	6.551	34,4%	42,7%	22,9%	16,8%	1.310
3	ALBACETE	Albacete	3.283	72,1%	9,8%	18,1%	5,0%	1.182
4	OSSA DE MONTIEL	Albacete	2.548	12,3%	76,4%	11,3%	41,5%	129
5	YESTE	Albacete	2.462	14,1%	70,6%	15,3%	30,9%	100
6	CIUDAD REAL	Ciudad Real	2.004	80,2%	7,6%	12,2%	6,3%	694
7	ALMAGRO	Ciudad Real	1.872	32,5%	31,0%	36,5%	10,9%	212
8	GUADALAJARA	Guadalajara	1.792	69,6%	20,3%	10,1%	5,5%	610
9	RIOPAR	Albacete	1.576	16,2%	52,2%	31,7%	47,6%	85
10	SIGÜENZA	Guadalajara	1.519	39,7%	31,4%	28,9%	46,4%	328
11	ALCALÁ DEL JUCAR	Albacete	1.423	14,7%	53,7%	31,6%	43,6%	123
12	NERPIO	Albacete	1.201	7,7%	91,3%	0,9%	48,4%	63
13	TALAVERA DE LA REINA	Toledo	1.041	76,6%	10,5%	13,0%	7,7%	846

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[23] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Canarias

Atlas de contribución municipal del turismo en Canarias. Año 2022

Ranking[24] principales destinos canarios

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Isla	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA	Gran Canaria	89.163	50,8%	33,8%	15,4%	59,1%	21.230
2	ADEJE	Tenerife	68.993	55,2%	21,4%	23,4%	55,6%	18.570
3	ARONA	Tenerife	57.528	38,7%	36,3%	25,0%	43,6%	10.838
4	MOGÁN	Gran Canaria	41.780	40,1%	44,0%	15,9%	64,5%	7.374
5	TIAS	Lanzarote	38.694	36,5%	42,7%	20,8%	65,0%	5.871
6	PÁJARA	Fuerteventura	38.679	78,9%	10,4%	10,7%	57,2%	8.683
7	YAIZA	Lanzarote	33.638	53,4%	15,1%	31,5%	62,2%	6.196
8	OLIVA (LA)	Fuerteventura	28.380	38,3%	12,9%	48,7%	40,8%	3.641
9	TEGUISE	Lanzarote	24.073	37,3%	35,9%	26,8%	47,0%	3.732
10	PUERTO DE LA CRUZ	Tenerife	23.968	66,6%	21,7%	11,7%	50,1%	5.433
11	ANTIGUA	Fuerteventura	17.966	48,3%	25,6%	26,1%	47,8%	1.830
12	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	Gran Canaria	15.849	42,6%	8,5%	48,9%	4,9%	6.052
13	SANTIAGO DEL TEIDE	Tenerife	10.951	41,0%	28,2%	30,8%	60,9%	1.785
14	SAN MIGUEL	Tenerife	10.240	47,5%	22,7%	29,9%	42,7%	2.243
15	GUIA DE ISORA	Tenerife	6.517	58,0%	7,2%	34,8%	46,1%	2.800
16	ARRECIFE	Lanzarote	6.470	20,6%	54,6%	24,8%	7,4%	1.075
17	SANTA CRUZ DE TENERIFE	Tenerife	6.220	49,9%	1,0%	49,1%	4,9%	4.011
18	GRANADILLA DE ABONA	Tenerife	5.791	15,4%	7,6%	77,0%	17,3%	1.444
19	VALLE GRAN REY	La Gomera	4.058	10,6%	59,1%	30,3%	52,4%	490
20	SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA	Tenerife	3.402	22,1%	11,1%	66,7%	6,6%	1.626
21	BREÑA BAJA	La Palma	3.377	41,8%	42,7%	15,5%	35,4%	421
22	TUINEJE	Fuerteventura	3.177	59,0%	0,0%	41,0%	19,4%	589
23	LLANOS DE ARIDANE (LOS)	La Palma	3.160	38,3%	21,3%	40,4%	16,0%	370
24	TINAJO	Lanzarote	2.776	0,0%	63,2%	36,8%	26,0%	587
25	CANDELARIA	Tenerife	2.457	51,5%	0,4%	48,1%	18,9%	734
26	FUENCALIENTE DE LA PALMA	La Palma	2.399	79,0%	7,0%	14,0%	52,7%	291
27	SAN SEBASTIÁN DE LA GOMERA	La Gomera	2.390	54,0%	18,6%	27,4%	29,2%	715
28	REALEJOS (LOS)	Tenerife	2.270	42,2%	14,9%	42,9%	13,8%	484
29	BARLOVENTO	La Palma	1.167	6,9%	89,3%	3,9%	45,2%	57

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[24] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Comunidad Valenciana

Atlas de contribución municipal del turismo en Comunidad Valenciana. Año 2022

Ranking[25] principales destinos valencianos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	BENIDORM	Alicante	93.390	50,1%	36,8%	13,1%	66,7%	15.687
2	VALENCIA	Valencia	47.983	42,2%	15,3%	42,5%	11,2%	16.073
3	CALPE/CALP	Alicante	36.019	12,7%	43,1%	44,2%	67,5%	2.691
4	PEÑISCOLA	Castellón	29.522	33,1%	37,6%	29,3%	81,3%	1.894
5	DENIA	Alicante	29.276	8,4%	31,5%	60,1%	50,9%	4.032
6	ALICANTE/ALACANT	Alicante	28.339	31,9%	19,5%	48,6%	21,3%	12.085
7	JAVEA - XABIA	Alicante	27.462	4,4%	35,0%	60,6%	47,7%	1.747
8	TORREVIEJA	Alicante	25.980	7,9%	25,3%	66,8%	53,2%	4.684
9	ORPESA/OROPESA DEL MAR	Castellón	25.594	16,6%	61,1%	22,3%	77,6%	1.431
10	GANDIA	Valencia	20.182	33,6%	36,2%	30,2%	42,0%	3.586
11	ORIHUELA	Alicante	18.338	5,3%	25,0%	69,8%	50,4%	4.302
12	ALCALA DE XIVERT	Castellón	15.179	14,8%	55,4%	29,8%	69,4%	812
13	SANTA POLA	Alicante	12.694	4,9%	39,3%	55,8%	65,8%	2.077
14	TEULADA	Alicante	11.646	2,9%	29,3%	67,8%	64,0%	1.096
15	OLIVA	Valencia	11.479	4,9%	59,4%	35,7%	41,0%	1.287
16	ALFAS DEL PI,L'	Alicante	11.317	21,4%	57,3%	21,4%	36,6%	1.461
17	CAMPELLO (EL)	Alicante	10.983	5,1%	37,3%	57,6%	57,2%	1.488
18	ALTEA	Alicante	10.395	16,0%	22,8%	61,3%	42,7%	1.659
19	BENICASSIM - BENICASIM	Castellón	10.113	30,3%	47,2%	22,5%	63,5%	1.554
20	ELCHE/ELX	Alicante	8.951	19,5%	41,1%	39,4%	12,9%	3.646
21	BENISSA	Alicante	8.523	2,2%	22,5%	75,3%	41,0%	520
22	CULLERA	Valencia	8.235	16,5%	33,6%	49,9%	56,2%	1.353
23	FINESTRAT	Alicante	7.581	7,6%	68,1%	24,4%	55,1%	1.290
24	VILLAJOYOSA/VILA JOIOSA	Alicante	6.907	12,7%	34,7%	52,5%	35,6%	977
25	GUARDAMAR DEL SEGURA	Alicante	6.785	30,3%	31,1%	38,6%	65,4%	1.208
26	CASTELLÓN DE LA PLANA	Castellón	5.582	45,8%	24,6%	29,6%	8,9%	2.419
27	VINAROS	Castellón	5.358	14,9%	41,2%	43,9%	29,6%	1.111
28	SUECA	Valencia	5.197	1,2%	83,1%	15,7%	47,9%	801
29	CREVILLENT	Alicante	4.862	2,0%	94,5%	3,5%	23,2%	476
30	CABANES	Castellón	4.646	1,1%	93,0%	5,9%	53,1%	245
31	SAGUNTO/SAGUNT	Valencia	4.049	22,4%	26,6%	51,0%	13,3%	740
32	PILAR DE LA HORADADA	Alicante	4.035	2,9%	42,0%	55,2%	50,3%	1.003
33	BENICARLO	Castellón	3.226	13,6%	53,6%	32,9%	19,7%	524
34	NUCIA (LA)	Alicante	2.535	31,5%	38,1%	30,4%	22,1%	670
35	ALBORAYA	Valencia	2.516	35,7%	20,3%	43,9%	17,0%	665
36	XERACO	Valencia	2.450	0,0%	55,5%	44,5%	60,0%	184
37	POBLETS,ELS	Alicante	2.310	3,3%	37,8%	58,8%	59,1%	93
38	PUÇOL	Valencia	2.138	4,2%	82,4%	13,4%	7,9%	209
39	MIRAMAR	Valencia	2.054	10,5%	74,3%	15,1%	71,5%	125
40	MONCOFA	Castellón	1.935	0,0%	63,1%	36,9%	64,6%	358
41	PATERNA	Valencia	1.900	76,9%	8,4%	14,7%	8,3%	912
42	SAN JORGE/SANT JORDI	Castellón	1.899	0,0%	59,9%	40,1%	67,9%	37
43	DAIMUS	Valencia	1.819	0,0%	77,1%	22,9%	75,1%	222
44	SAN MIGUEL DE SALINAS	Alicante	1.667	0,7%	53,6%	45,7%	49,0%	196
45	TORREBLANCA	Castellón	1.622	11,2%	69,2%	19,7%	49,4%	208
46	ENGUERA	Valencia	1.454	2,6%	89,8%	7,6%	24,9%	75
47	ESTIVELLA	Valencia	1.359	0,0%	96,6%	3,4%	51,4%	54
48	BOCAIRENT	Valencia	1.276	9,5%	71,6%	18,9%	20,2%	129
49	BENASAL	Castellón	1.220	40,2%	56,6%	3,1%	63,3%	48

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[25] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Extremadura

Atlas de contribución municipal del turismo en Extremadura. Año 2022

Ranking[26] principales destinos extremeñas

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	CÁCERES	Cáceres	5.345	46,7%	35,1%	18,2%	13,0%	1.712
2	MÉRIDA	Badajoz	4.165	50,5%	28,0%	21,5%	10,4%	1.093
3	BADAJOZ	Badajoz	2.288	90,2%	4,3%	5,5%	5,8%	1.132
4	JARANDILLA DE LA VERA	Cáceres	1.950	10,6%	78,7%	10,8%	32,3%	177
5	PLASENCIA	Cáceres	1.797	45,9%	38,2%	15,9%	10,1%	629
6	LOSAR DE LA VERA	Cáceres	1.771	7,2%	90,5%	2,3%	39,7%	72
7	HERVAS	Cáceres	1.727	13,5%	68,3%	18,1%	35,8%	192
8	TRUJILLO	Cáceres	1.558	65,3%	22,6%	12,1%	15,7%	291
9	BAÑOS	Cáceres	1.122	34,1%	63,1%	2,8%	48,9%	93
10	JERTE	Cáceres	1.049	14,0%	81,1%	4,9%	38,3%	65
11	GUADALUPE	Cáceres	1.037	40,4%	53,3%	6,3%	41,6%	164
12	MALPARTIDA DE PLASENCIA	Cáceres	1.008	14,2%	75,1%	10,7%	13,2%	111

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[26] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Galicia

Atlas de contribución municipal del turismo en Galicia. Año 2022

Ranking[27] principales destinos gallegos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	SANXENXO	Pontevedra	24.758	38,3%	33,4%	28,3%	61,0%	2.275
2	SANTIAGO DE COMPOSTELA	Coruña, A	13.150	62,0%	16,2%	21,8%	19,8%	4.119
3	VIGO	Pontevedra	10.434	47,4%	15,0%	37,6%	7,1%	3.449
4	GROVE (O)	Pontevedra	9.580	35,2%	38,1%	26,7%	38,2%	791
5	CORUÑA (A)	Coruña, A	8.896	61,1%	4,0%	34,9%	8,8%	3.778
6	CANGAS	Pontevedra	4.032	12,3%	41,2%	46,5%	13,7%	337
7	BAIONA	Pontevedra	3.956	19,8%	51,3%	28,9%	34,0%	511
8	POIO	Pontevedra	3.518	34,3%	15,0%	50,7%	16,9%	734
9	LUGO	Lugo	3.356	56,8%	14,2%	29,0%	13,2%	1.820
10	VIVEIRO	Lugo	3.349	27,9%	30,5%	41,5%	19,5%	370
11	RIBEIRA	Coruña, A	3.312	10,7%	48,5%	40,8%	17,4%	466
12	NIGRAN	Pontevedra	3.123	16,8%	51,9%	31,3%	24,3%	369
13	VILANOVA DE AROUSA	Pontevedra	3.040	27,6%	42,4%	30,0%	19,8%	199
14	PONTEVEDRA	Pontevedra	2.952	45,3%	1,0%	53,7%	4,8%	711
15	PORTO DO SON	Coruña, A	2.948	5,0%	58,9%	36,2%	29,6%	149
16	RIBADEO	Lugo	2.849	36,1%	27,9%	36,0%	20,6%	347
17	FOZ	Lugo	2.811	15,3%	31,2%	53,5%	32,1%	295
18	BARREIROS	Lugo	2.716	11,9%	46,6%	41,6%	60,7%	187
19	OLEIROS	Coruña, A	2.508	35,5%	34,8%	29,7%	12,0%	660
19	GUARDA (A)	Pontevedra	2.508	21,4%	51,4%	27,3%	16,3%	158
21	VILAGARCIA DE AROUSA	Pontevedra	2.500	20,6%	18,2%	61,3%	7,4%	372
22	OURENSE	Ourense	2.491	54,0%	2,6%	43,4%	14,2%	1.656
23	MUROS	Coruña, A	2.336	19,4%	42,2%	38,4%	23,1%	118
24	MUXIA	Coruña, A	2.248	18,3%	44,0%	37,7%	28,9%	130
25	FERROL	Coruña, A	2.153	50,6%	14,9%	34,5%	8,0%	621
26	CAMBADOS	Pontevedra	2.127	43,2%	9,3%	47,5%	9,4%	218
27	OIA	Pontevedra	1.847	20,5%	64,8%	14,7%	32,7%	129
28	CARBALLO	Coruña, A	1.769	20,4%	47,7%	31,9%	8,3%	296
29	VALDOVIÑO	Coruña, A	1.748	5,5%	58,4%	36,1%	33,3%	157
30	CEE	Coruña, A	1.724	20,6%	51,3%	28,1%	19,8%	168
31	SARRIA	Lugo	1.648	41,7%	28,2%	30,1%	18,5%	350
32	ARZUA	Coruña, A	1.637	33,9%	28,7%	37,4%	21,4%	202
33	A POBRA DO CARAMIÑAL	Coruña, A	1.542	8,4%	67,1%	24,5%	13,9%	93
34	BERGONDO	Coruña, A	1.381	17,7%	66,4%	15,9%	23,8%	297

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[27] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Madrid

Atlas de contribución municipal del turismo en Madrid. Año 2022

Ranking[28] principales destinos madrileños

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	MADRID	Madrid	151.627	61,9%	8,1%	29,9%	5,6%	72.912
2	ESCORIAL (EL)	Madrid	4.741	0,4%	96,9%	2,7%	35,6%	310
3	ALCALÁ DE HENARES	Madrid	3.520	76,9%	5,0%	18,1%	1,6%	644
4	GETAFE	Madrid	3.102	65,7%	28,2%	6,1%	2,7%	489
5	ARANJUEZ	Madrid	3.002	42,3%	47,8%	9,9%	4,5%	356
6	ALCOBENDAS	Madrid	2.504	88,7%	0,0%	11,3%	2,1%	1.909
7	VALDEMAQUEDA	Madrid	2.048	0,0%	98,2%	1,8%	74,2%	34
8	FUENLABRADA	Madrid	1.999	97,9%	0,0%	2,1%	1,2%	288
9	TORREJON DE ARDOZ	Madrid	1.783	93,5%	0,0%	6,5%	1,6%	337
10	CABRERA (LA)	Madrid	1.698	10,8%	83,6%	5,5%	42,6%	139
11	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	Madrid	1.602	80,3%	0,0%	19,7%	2,9%	537
12	GARGANTILLA DEL LOZOYA	Madrid	1.487	0,0%	98,0%	2,0%	85,8%	68
13	ROZAS DE MADRID (LAS)	Madrid	1.480	73,7%	14,1%	12,2%	4,1%	817
14	ALCORCÓN	Madrid	1.377	93,6%	0,0%	6,4%	1,8%	492
15	VILLAVICIOSA DE ODON	Madrid	1.284	22,4%	59,2%	18,4%	10,1%	338
16	ARGANDA DEL REY	Madrid	1.278	31,1%	67,0%	1,9%	2,6%	197
17	PINTO	Madrid	1.254	82,4%	12,1%	5,5%	4,0%	365
18	NAVALAFUENTE	Madrid	1.060	1,6%	92,1%	6,3%	50,2%	29

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[28] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Murcia

Atlas de contribución municipal del turismo en Murcia. Año 2022

Ranking[29] principales destinos murcianos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	CARTAGENA	Murcia	26.508	28,5%	41,5%	30,0%	24,8%	5.273
2	SAN JAVIER	Murcia	10.575	12,4%	39,0%	48,6%	50,8%	1.878
3	MURCIA	Murcia	9.227	53,5%	8,7%	37,7%	5,7%	3.649
4	MAZARRON	Murcia	6.786	15,2%	47,7%	37,1%	35,9%	1.129
5	ALCAZARES (LOS)	Murcia	5.063	23,6%	34,9%	41,5%	63,4%	1.222
6	TORRE-PACHECO	Murcia	4.312	13,8%	22,5%	63,6%	14,0%	463
7	AGUILAS	Murcia	3.713	23,4%	23,6%	53,0%	15,0%	731
8	SAN PEDRO DEL PINATAR	Murcia	3.271	39,3%	13,1%	47,6%	41,8%	982
9	MORATALLA	Murcia	2.396	8,0%	76,2%	15,8%	31,2%	171
10	FORTUNA	Murcia	1.440	31,9%	55,7%	12,4%	16,3%	159
11	TOTANA	Murcia	1.087	36,4%	59,3%	4,2%	13,0%	561

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[29] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

País Vasco

Atlas de contribución municipal del turismo en País Vasco. Año 2022

Ranking[30] principales destinos vascos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN	Gipuzkoa	16.735	46,8%	19,8%	33,4%	9,8%	4.367
2	BILBAO	Bizkaia	14.261	68,3%	8,3%	23,4%	4,8%	4.408
3	VITORIA-GASTEIZ	Araba/Ála	4.649	71,1%	17,4%	11,5%	2,0%	1.001
4	ZARAUTZ	Gipuzkoa	3.961	10,7%	70,1%	19,2%	27,5%	580
5	HONDARRIBIA	Gipuzkoa	2.225	20,3%	42,2%	37,6%	18,5%	515
6	MUTRIKU	Gipuzkoa	1.810	1,7%	91,2%	7,1%	21,1%	66
7	ORIO	Gipuzkoa	1.272	12,8%	69,0%	18,2%	15,7%	102
8	OIARTZUN	Gipuzkoa	1.157	37,0%	53,0%	10,0%	6,5%	260
9	IRUN	Gipuzkoa	1.130	77,2%	3,9%	18,9%	3,6%	395
10	BARAKALDO	Bizkaia	1.126	85,0%	0,0%	15,0%	2,1%	284
11	VALDEGOVIA	Araba/Ála	1.015	0,0%	94,3%	5,7%	45,1%	43
12	MENDEXA	Bizkaia	987	8,0%	89,3%	2,7%	63,8%	32

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[30] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Navarra

Atlas de contribución municipal del turismo en Navarra. Año 2022

Ranking[31] principales destinos navarros

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	PAMPLONA/IRUÑA	Navarra	6.887	51,6%	18,4%	30,0%	4,9%	2.042
2	BAZTAN (VALLE DE)	Navarra	2.447	19,2%	70,5%	10,3%	12,7%	131
3	ESTELLA-LIZARRA	Navarra	1.654	17,3%	71,3%	11,4%	10,4%	166
4	ERRO (VALLE DE)	Navarra	1.652	2,3%	95,5%	2,2%	58,7%	58
5	TUDELA	Navarra	1.431	51,2%	22,4%	26,4%	3,4%	285
6	MENDIGORRIA	Navarra	1.376	0,0%	100,0%	0,0%	39,9%	25
7	MENDAZA	Navarra	1.323	0,0%	99,6%	0,4%	71,4%	24
8	GUESALAZ (VALLE DE)	Navarra	1.281	0,0%	98,4%	1,6%	68,4%	26
9	OLITE	Navarra	1.218	24,4%	65,9%	9,7%	23,5%	157
10	AYEGUI	Navarra	1.082	2,6%	93,5%	3,9%	32,6%	64
11	ISABA/IZABA	Navarra	956	22,0%	76,8%	1,3%	63,9%	68

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[31] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

La Rioja

Atlas de contribución municipal del turismo en La Rioja. Año 2022

Ranking[32] principales destinos riojanos

Fuente: Exceltur

			Modelo alojativo del destino				Especialización y contribución turística	
			Alojamiento turístico de mercado. Plazas y estructura				Especialización	Contribución social
Ranking	Destino	Provincia	Plazas de alojamiento turístico de mercado	% Hoteles	% Apartamentos por llaves, campings y turismo rural	% Viviendas de Uso Turístico en plataformas	% Presencia del turismo en el destino	Empleos turísticos
1	LOGROÑO	Rioja, La	5.597	49,5%	14,2%	36,2%	6,2%	1.413
2	BAÑARES	Rioja, La	2.814	0,0%	99,8%	0,2%	87,1%	88
3	HARO	Rioja, La	2.067	24,9%	53,2%	22,0%	24,3%	305
4	CASTAÑARES DE RIOJA	Rioja, La	2.004	3,2%	96,1%	0,7%	84,0%	37

En cada comunidad autónoma se presenta exclusivamente la información de los municipios comprendidos entre los 500 municipios con más plazas turística de mercado de la geografía española, seleccionados para la primera edición del presente Atlas

[32] El Alojamiento turístico de mercado incluye la oferta alojativa turística en número de plazas de hoteles, apartamentos por llaves, campings, casas rurales y viviendas de uso turístico, ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística, localizadas en cada municipio.
El indicador de Especialización Turística persigue aportar la importancia relativa que representa el turismo en el sistema económico y social de cada municipio en España, a través de lo que representa el número de turistas medio anual en el municipio sobre el conjunto de su la población media del municipio, como suma de la residente más la turística.

Metodología

El Atlas turístico municipal de España en un proyecto impulsado por EXCELTUR con carácter abierto, que nace con la vocación de ir incorporando información y análisis sobre aspectos relevantes para poder aproximar cada día mejor de la incidencia del turismo a nivel local en España.

Esta primera edición recoge una primera batería de indicadores a partir de información oficial dirigidos a medir el grado de relevancia del turismo a nivel municipal en España. Con este propósito, la importancia del turismo a nivel local se aproxima a partir del volumen de oferta turística alojativa disponible en cada municipio, incluyendo tanto la oferta reglada tradicional (hoteles, apartamentos turísticos por llaves, campings y alojamientos de turismo rural), como la oferta residencial utilizada tanto como segundas residencias como para su alquiler turístico[33]. La oferta alojativa turística junto con su grado de ocupación permite cuantificar el volumen de turistas medio anuales, que, relacionado con la población residente, ofrece una aproximación del nivel de lo que representa el turismo para el municipio, a modo de especialización o dependencia turística.

Esta información se ha complementado con los datos de afiliados a la Seguridad Social en las ramas características del turismo, descritas en la Cuenta Satélite del Turismo del INE, además de la rama de Comercio al por menor, reflejadas en el esquema adjunto. Para aquellas ramas de actividad para las que no todo el consumo depende del turismo (Servicios de Comidas y Bebidas, Transporte terrestre y por tubería, Actividades de ocio y Comercio al por menor) los datos de afiliación se han ponderado por las ratios de población turística sobre el total de la población residente y turística del municipio.

Ramas características CSTE	Ramas Atlas CNAE 99
Hoteles y similares	55 Servicios de Alojamiento
Restaurantes y similares	56 Servicios de Comidas y Bebidas
Transporte de viajeros por carretera	49 Transporte terrestre y por tubería
Transporte marítimo	50 Transporte marítimo y por vías navegables
Transporte aéreo	51 Transporte aéreo
Agencias de viaje	79 Actividades de Agencias de Viajes
Actividades culturales, recreativas y deportivas de mercado y no mercado	90, 91 y 93 Actividades de creación, artísticas y espectáculos, museos, deportivas y recreativas
	47 Comercio al por menor, excepto de vehículos

Los datos se han construido para los 500 municipios de mayor presencia turística, seleccionados a partir del número de plazas de alojamiento turístico reglado y de la oferta de viviendas de uso turístico, recogidas por los registros y directorios de las distintas CC.AA. y compiladas por el Instituto Nacional de Estadística[34], las primeras, y en el caso de las VUT (viviendas de uso turístico) de los datos de la estadística experimental del INE.

Los datos resultados de este proceso suponen una primera aproximación a la contribución del turismo a la economía local, que han de ser tomados con las cautelas de una iniciativa que arranca con toda prudencia en este número 0 y que esperamos pueda verse enriquecido con nuevos indicadores oficiales en próximas ediciones.

[33] Los datos municipales representan el número de plazas en Hoteles, Apartamentos, Acampamentos, Turismo rural y Viviendas de Uso Turístico comercializadas en plataformas suministradas por el INE. Por su parte, el cálculo de las viviendas secundarias por cada municipio se obtiene, a partir del último Censos de Viviendas publicado, actualizado con la información del Ministerio de Fomento.

34 Agradecemos al Instituto Nacional de Estadística la elaboración y aportación de información turística a escala municipal, sin la cual no hubiera sido posible la elaboración del presente Atlas