

YouGov

Impacto del turismo en la población residente



Living consumer intelligence | yougov.com/business

Introducción

Turismo - ¿luces y sombras?

Las previsiones realizadas apuntan a que, en 2024 se se batirán los récords absolutos de visitantes a nuestro país hasta alcanzar los 100 millones de turistas.

El gasto medio por persona y también el gasto promedio diario están al alza, 4,4% y 5,4% de crecimiento interanual respectivamente.

Al mismo tiempo, la actividad turística parece estar generando un impacto negativo entre los residentes, que se traduce en algunas protestas, de las que los medios se han hecho eco reiteradamente en los últimos meses.

YouGov ha realizado un estudio para ofrecer datos sobre la percepción de España en algunos de los mercados emisores, el alcance de la denominada turismofobia y su impacto en las diferentes zonas turísticas.





España sigue siendo uno de los principales destinos turísticos

Mediante la herramienta de seguimiento de la marca España en 25 países **DestinationIndex**, se observa que seguimos siendo uno de los mercados más considerados entre los principales países emisores, llegando a tener una consideración de visita como destino, de más del 40% de la población.



Es posible que algunos factores exógenos al turismo, como los conflictos bélicos en Europa y Oriente Próximo hagan que otros destinos vacacionales, se hayan quedado fuera de la consideración de los viajeros (Rusia, Israel, Egipto, etc...) y esto repercuta positivamente en España como destino vacacional.

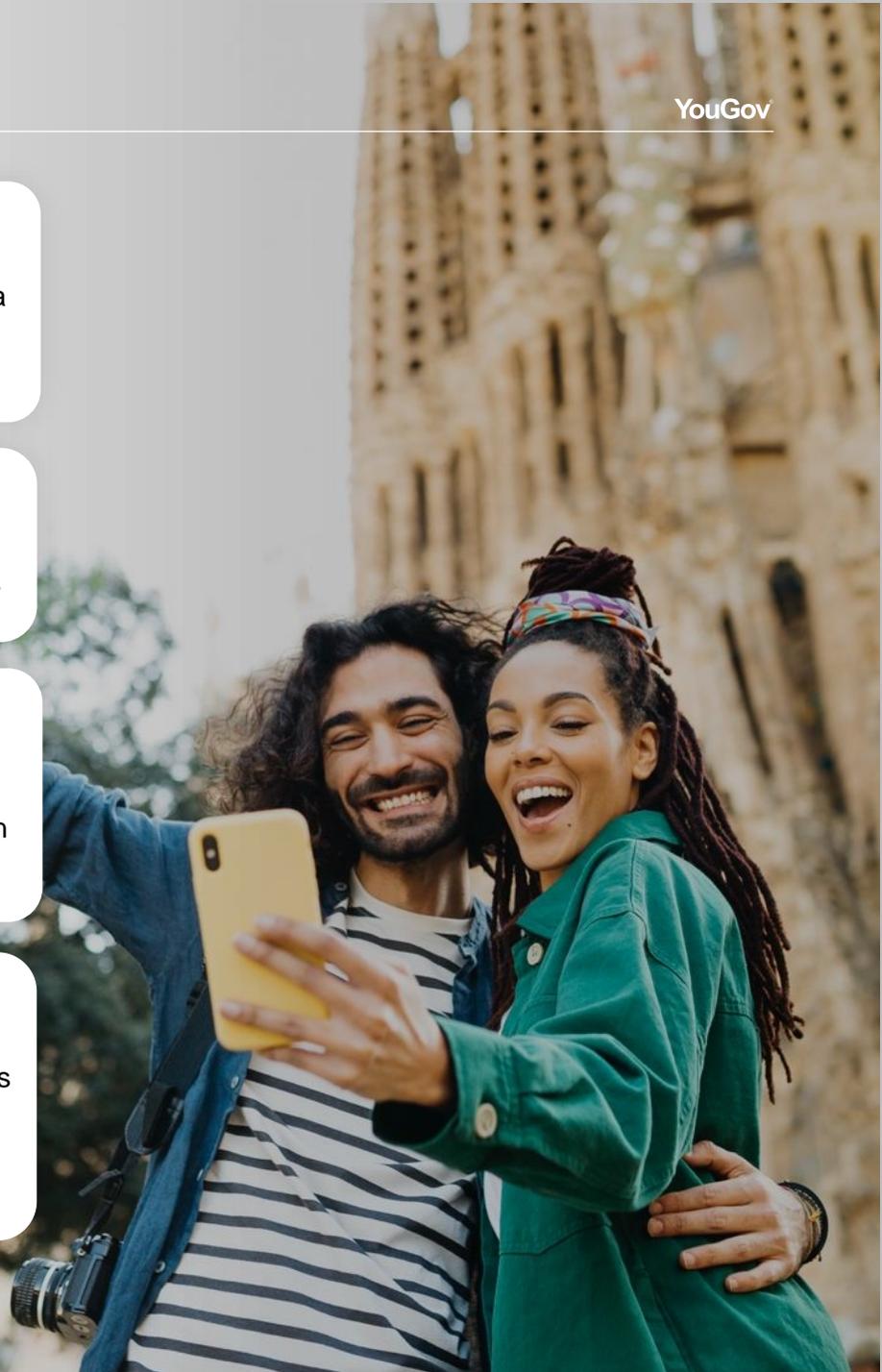


Pero debemos buscar un equilibrio que ayude a que todos (visitantes y visitados) salgan ganando. En este sentido, el turismo sostenible es una oportunidad para fortalecer los vínculos entre los invitados, la industria turística y las comunidades locales. Sin embargo, el fenómeno de turistificación de los últimos años ha dado lugar a un creciente malestar en la percepción de la pérdida de los derechos de las sociedades locales.



Hay un cierto segmento de población local que está saturada por el turismo y es algo que viene a confirmar lo que está apareciendo en noticias en los últimos meses.

El crecimiento de la oferta laboral, así como el desarrollo de infraestructuras en las ciudades, son factores que van a ayudar a que los residentes perciban unos beneficios del turismo pero, las administraciones deben colaborar a su vez estando muy pendientes y tomando medidas para que elementos como el transporte público, la seguridad, o especialmente la proliferación de viviendas turísticas no dejen de lado a los visitados.

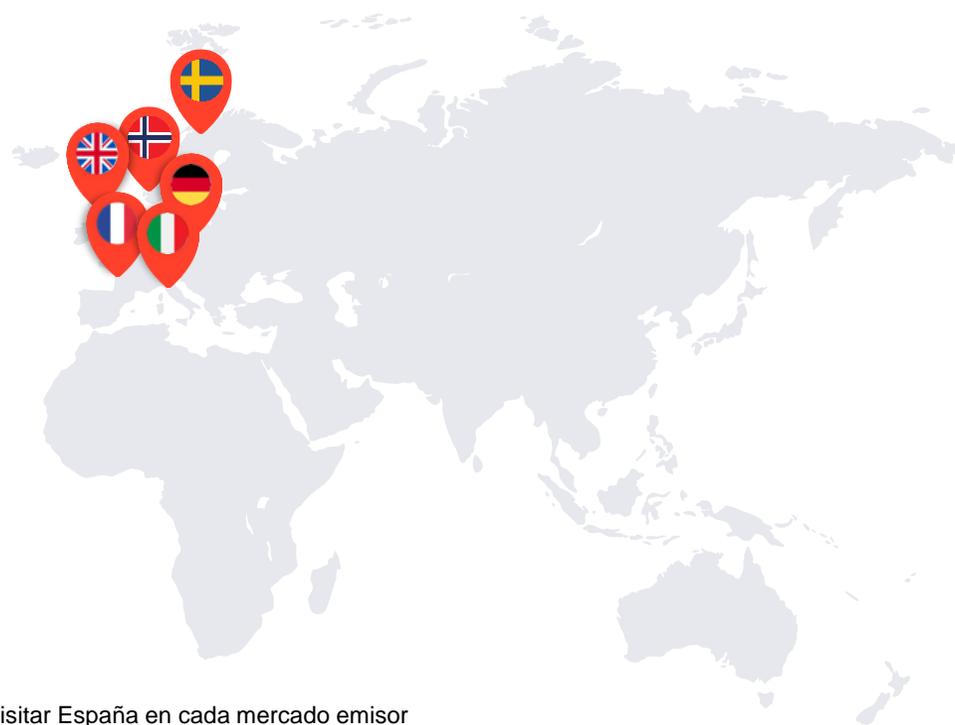


¿Quién visitará España?

Británicos, suecos y noruegos son los viajeros que se plantean visitar España en mayor medida.

Q: Cuando vaya a planear un viaje o excursión para usted o su familia ¿qué destinos se plantearía visitar?

-  UK: **41%**
-  Noruega: **40%**
-  Suecia: **39%**
-  Italia: **32%**
-  Francia: **29%**
-  Alemania: **28%**

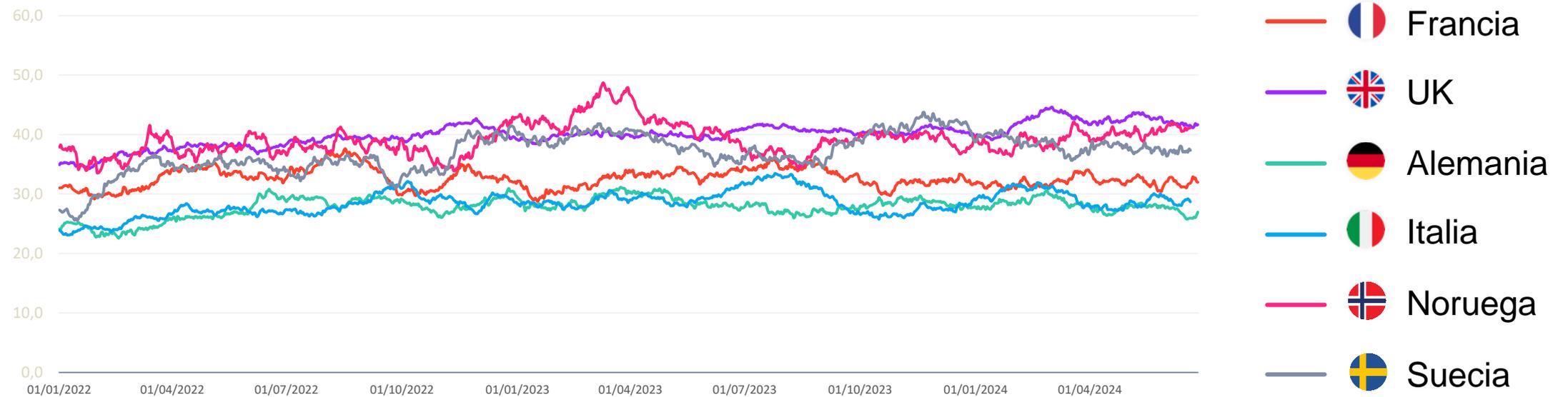


Población de 18 y más años que considera visitar España en cada mercado emisor

¿Quién visitará España?

Los británicos son los viajeros que más consideran nuestro país como destino de sus vacaciones, con casi un 45% de consideradores a lo largo de todo el año. Les siguen los noruegos, que consideran España como destino por encima del 40%, y que han llegado a ser el mercado que más nos ha tenido en consideración durante 2023

Q: Cuando vaya a planear un viaje o excursión para usted o su familia ¿qué destinos se plantearía visitar?

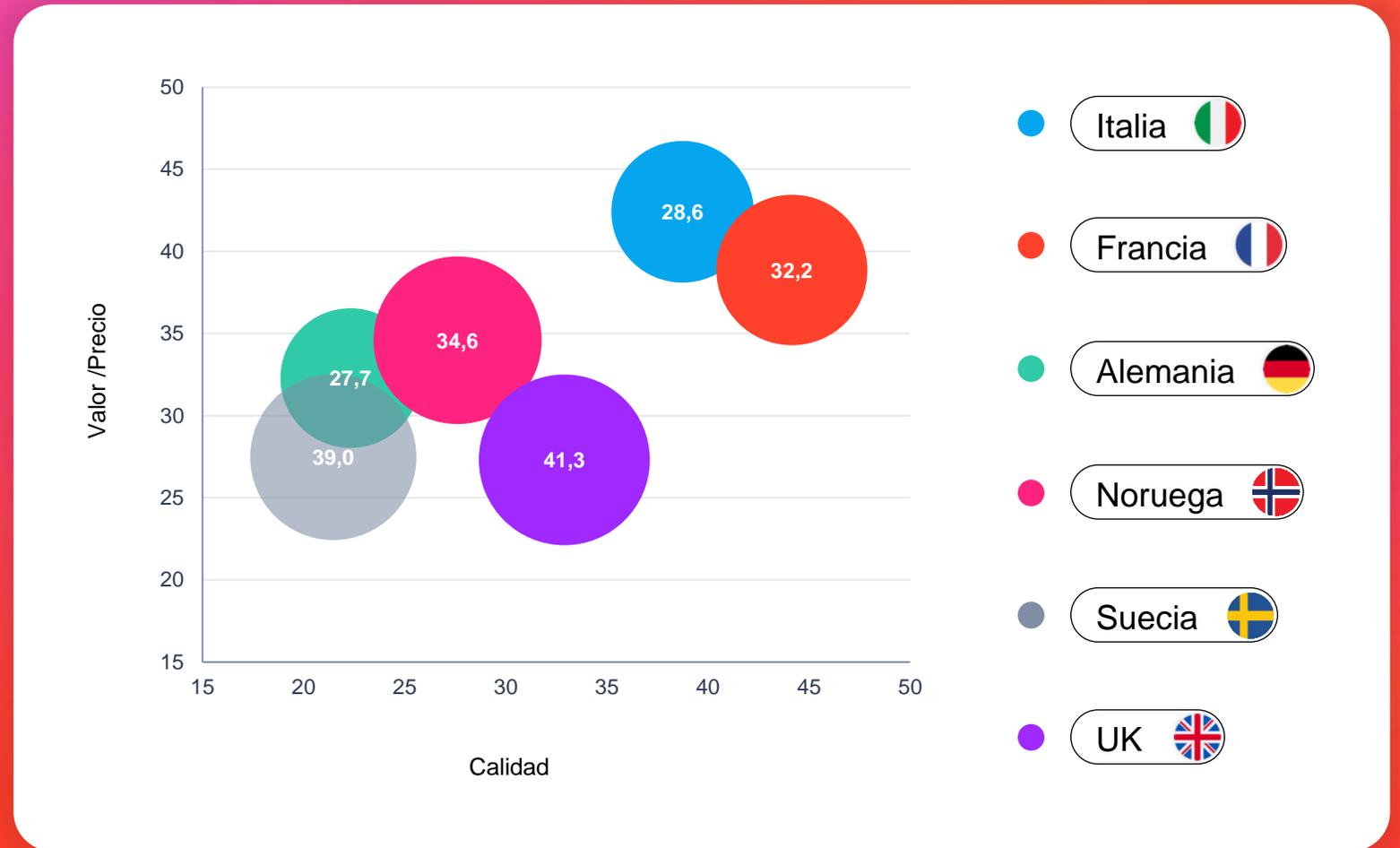


Población de 18 y más años que considera visitar España en cada mercado emisor

¿Por qué nos visitan?

Si miramos los valores anuales medios de tres de los KPI's que recogemos para la marca España en los principales países emisores de turismo, se confirma lo que hemos visto anteriormente.

El tamaño de la burbuja nos habla de la consideración y vemos que UK, Noruega y Suecia son los emisores que más tienen en cuenta España como destino. Si bien, no son los mercados que nos perciben con una mayor calidad, ni para los que nuestra oferta es de mayor valor/precio, indicadores en los que destacan italianos, en el primero de estos (Calidad) y Franceses en el segundo (Valor/Precio).



YouGov DestinationIndex | acumulado últimos 12 meses (julio 2023 – julio 2024) | Scoring Population: Total población

Calidad: ¿Cuál de los siguientes destinos cree que son sinónimo de buena calidad? Consideración: Cuando vaya a planear un viaje o excursión para usted o su familia ¿qué destinos se plantearía visitar? Valor: Cual de los siguientes destinos tiene una buena relación calidad/precio?

Pero ¿cómo impacta la presión turística sobre los residentes?

Según la definición de ANFITRIONES E INVITADOS, (Ensayo antropológico sobre el Turismo de Valene Smith), un turista es una persona que, “por un tiempo, se encuentra de vacaciones y que visita voluntariamente un lugar alejado de su hogar con el propósito de experimentar un cambio”.

[Contáctanos](#)

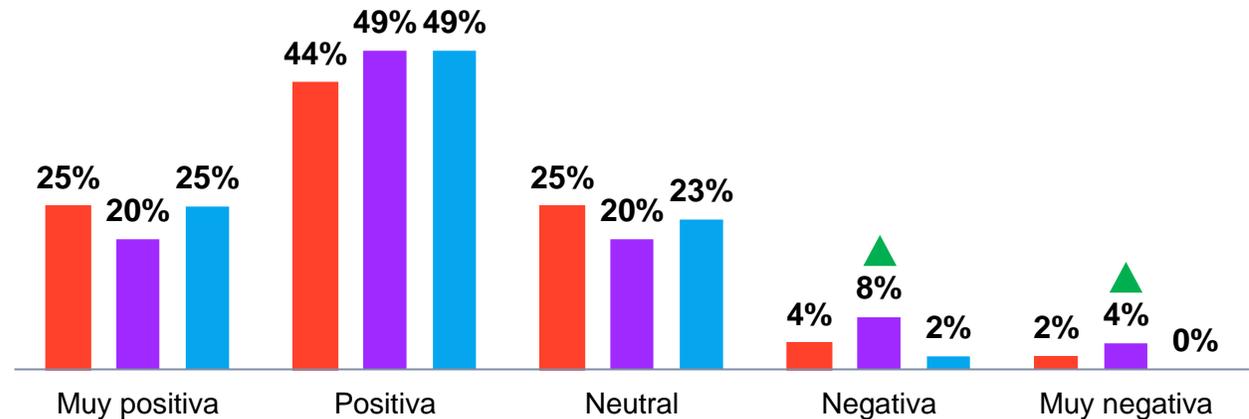
¿Qué opinan los españoles sobre el número de turistas que recibimos?

El **69%** de los españoles tienen una actitud positiva hacia los turistas que pasean por sus ciudades o pueblos, y apenas un **6%** manifiesta una actitud negativa.

Es en las grandes capitales donde la valoración negativa incrementa de forma significativa, hasta un **12%**.

Q: ¿Cómo describirías tu actitud general hacia los turistas en tu ciudad/pueblo de residencia?

■ Total ■ Grandes Capitales ■ Capitales Medianas



YouGov Surveys | Base: total (1.057), grandes capitales (243), capitales medianas (85)

▲ ▼ Diferencia significativa (95%) vs el total

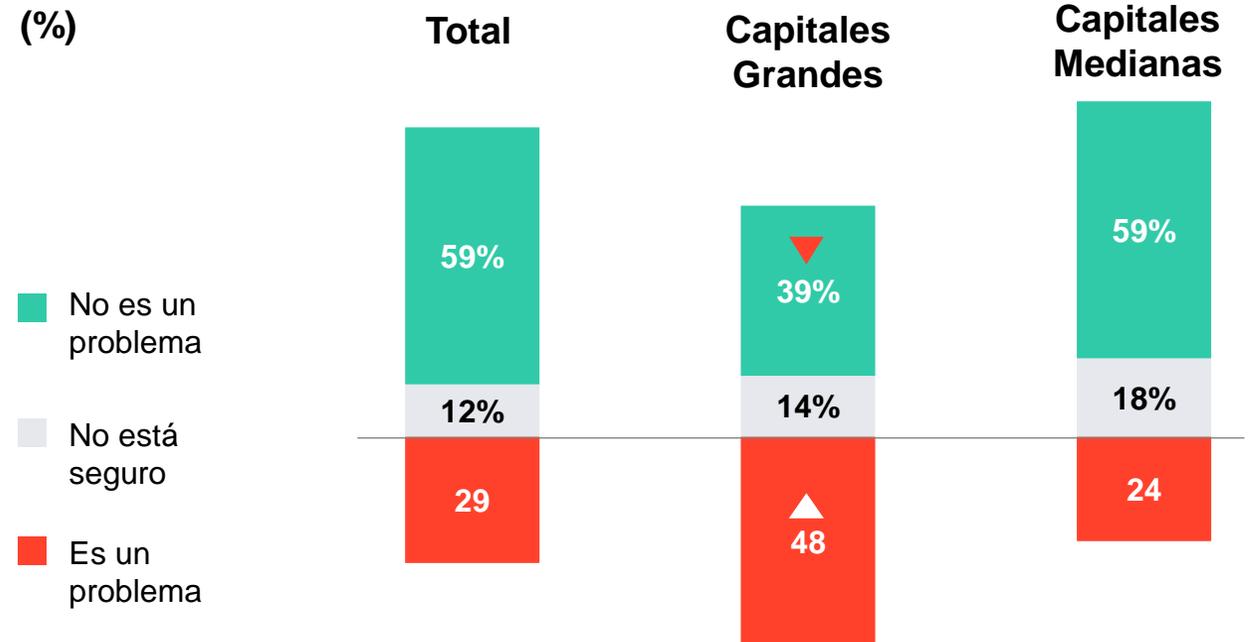
¿Es el turismo un problema creciente en la sociedad?

Esta actitud de carácter más negativo que hemos visto en el gráfico anterior, está en línea con la percepción de que la llegada de turistas es un problema creciente.

Éste se hace más notorio en las grandes capitales que en aquellas medianas: casi la mitad de la población de las grandes metrópolis españolas (**48%**) ven al turismo como un problema creciente en su ciudad.

En cambio, los residentes en las capitales medianas tienen la opinión contraria, así para el 60% de los locales, el turismo NO se percibe como un problema creciente en la ciudad.

Q: ¿Crees que el incremento del número de turistas es un problema creciente en tu ciudad/pueblo?



YouGov Surveys | Base: total (1.057), grandes capitales (243), capitales medianas (85)

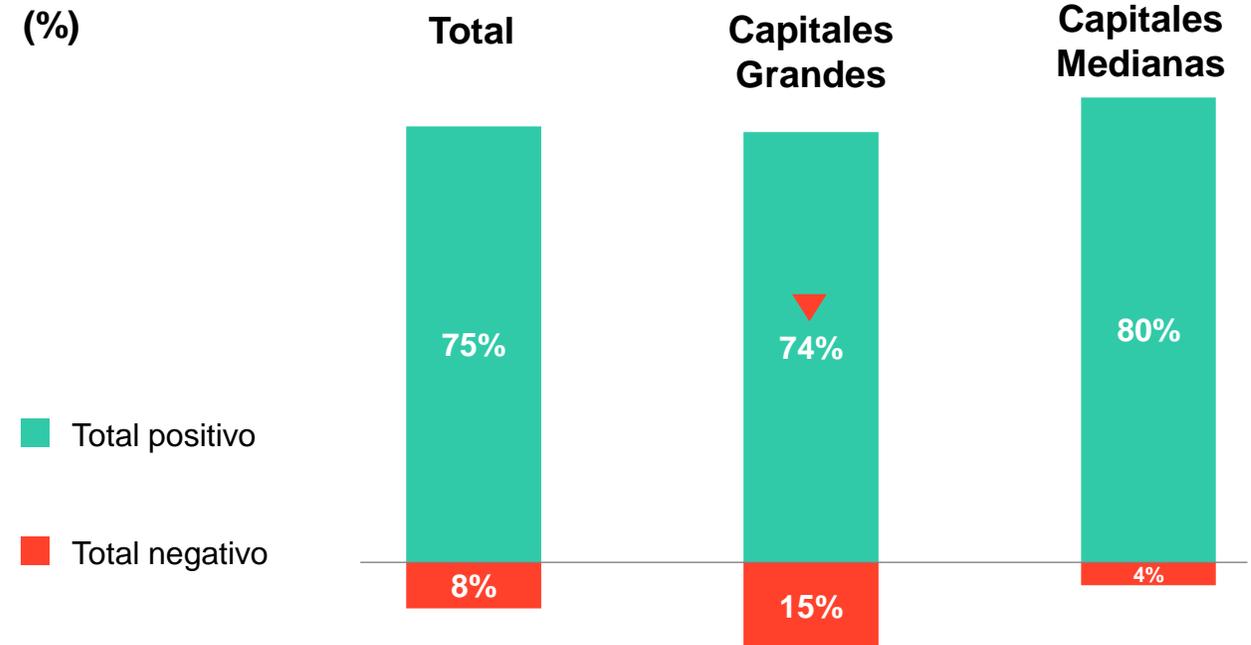
▲ ▼ Diferencia significativa (95%) vs el total

¿Cómo es el impacto en la ciudad de residencia?

Para 3 de cada 4 españoles, el turismo tiene un impacto positivo en su ciudad.

De nuevo, los residentes en las capitales grandes duplican la opinión negativa sobre el impacto del turismo en la ciudad donde residen. Un 15% tiene una percepción negativa del mismo, mientras que en las capitales medianas esta opinión se reduce al 4%.

Q: ¿Consideras que el turismo tiene un impacto positivo o negativo en tu ciudad/pueblo de residencia?



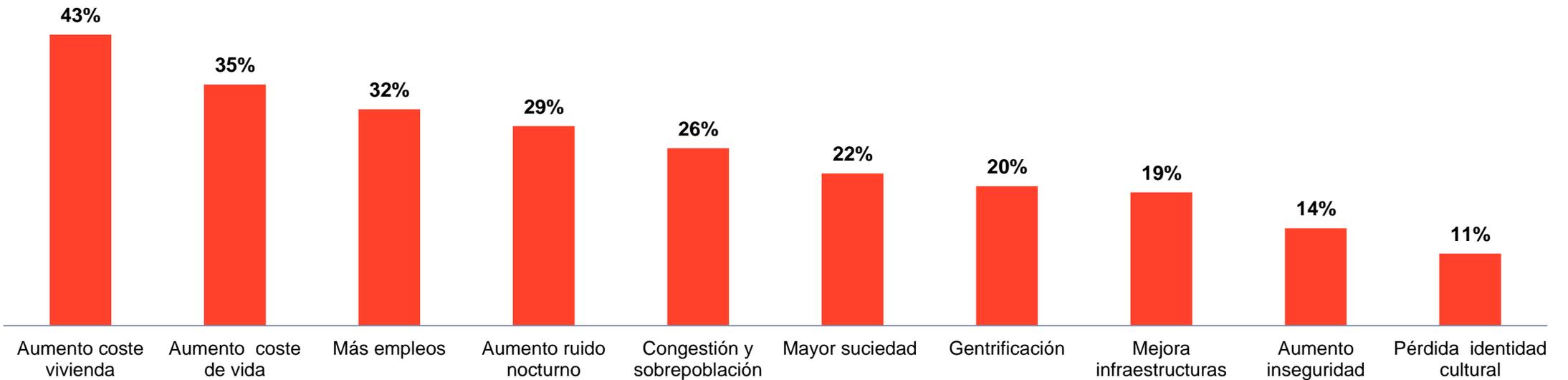
YouGov Surveys | Base: total (1.057), grandes capitales (243), capitales medianas (85)

▲ ▼ Diferencia significativa (95%) vs el total

Los cambios percibidos son en su mayoría negativos, sobre todo relacionados con el incremento del coste de vida.

No obstante, existe la percepción de que el turismo impacta positivamente en cuestiones como la **generación de empleo**, y la **mejora de infraestructuras**

Q: ¿Has notado cambios en tu ciudad/pueblo debido al turismo?

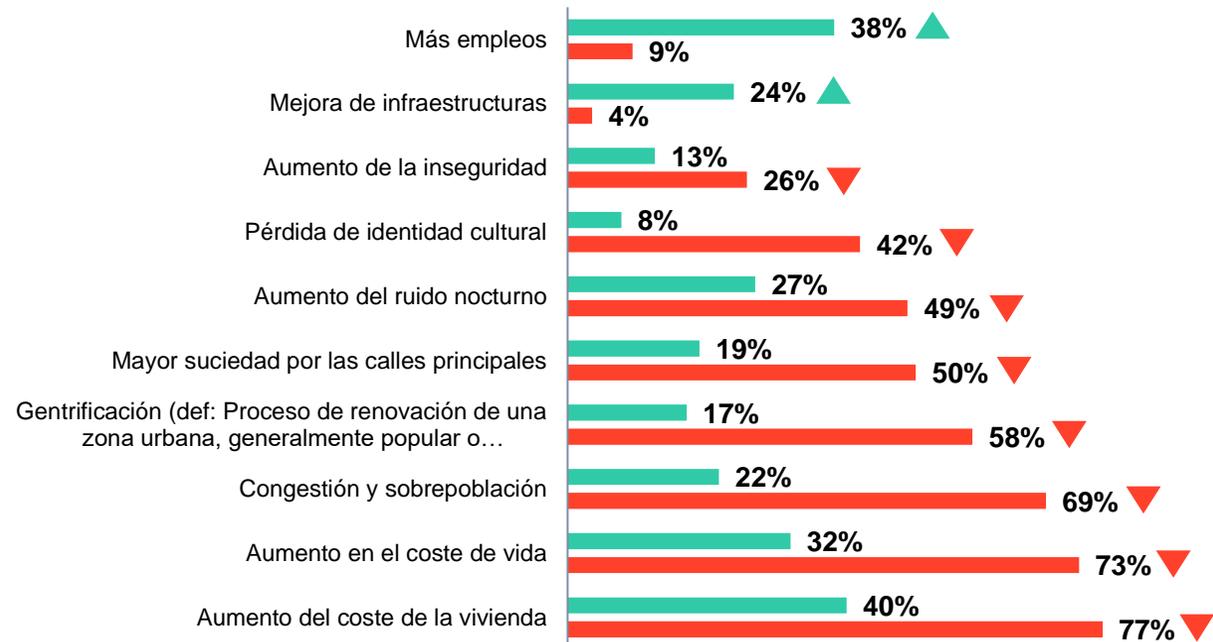


Entre aquellos que piensan que el impacto es positivo, lo que más destacan es la generación de empleo.

En sentido contrario, los que tienen una percepción negativa, destacan tanto el **aumento de costes**, como la **congestión**, **gentrificación**, y **suciedad** como derivadas de la llegada de visitantes a su población. La inseguridad percibida es un factor al que debería hacerse seguimiento.

Q: ¿Has notado cambios en tu ciudad/pueblo debido al turismo?

■ Impacto Positivo ■ Impacto Negativo



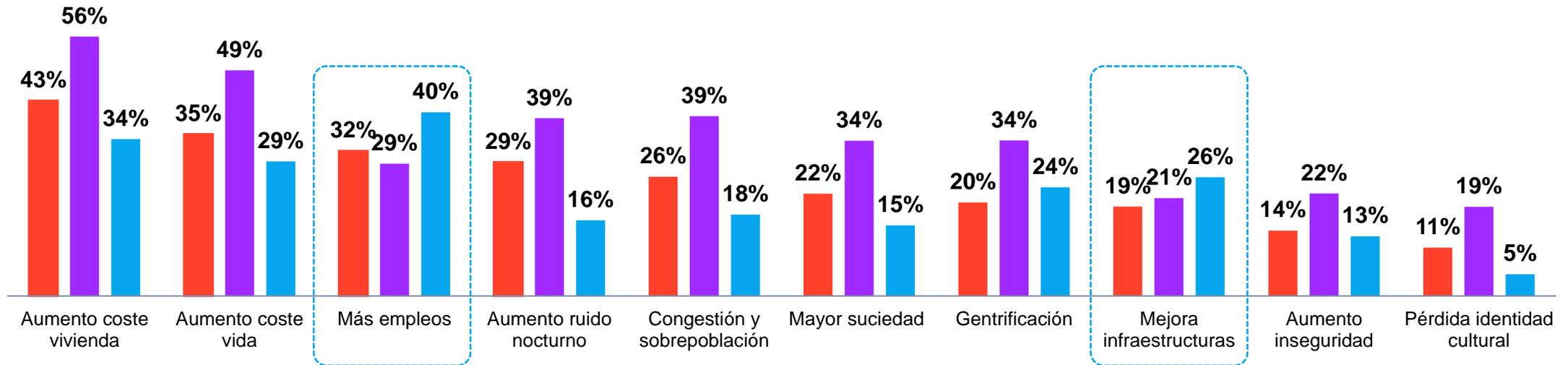
YouGov Surveys | Percepción positiva del turismo (n=793)/Percepción negativa (n=86)

▲▼ Diferencia significativa (95%) vs el total

De nuevo, grandes diferencias en función del tipo de ciudad de residencia. Los cambios de índole positiva, - Empleo y creación de infraestructuras-, son más notorios en las ciudades de tamaño medio. Mientras que, en sentido negativo, el precio de la vivienda y el coste de la vida, aparecen de forma más significativa en las capitales grandes. Llama la atención el incremento en la percepción de inseguridad en estas ciudades, que es mencionado por más de uno de cada cinco habitantes

Q: ¿Has notado cambios en tu ciudad/pueblo debido al turismo?

■ Total ■ Capitales Grandes ■ Capitales medianas



Respecto a si los responsables de las ciudades han implementado o tomado medidas suficientes para que el turismo se haga de una forma sostenible, de nuevo vemos diferencias según se sea vecino de un tipo de ciudad u otro.

Q: ¿Crees que tu ciudad/pueblo ha implementado medidas adecuadas para gestionar el impacto del turismo?

% Si

**Grandes
capitales**



**Capitales
medianas**

39% ▲

% Si

YouGov Surveys | Base: grandes capitales (243), capitales medianas (85)

▲ ▼ Diferencia significativa (95%) vs el total

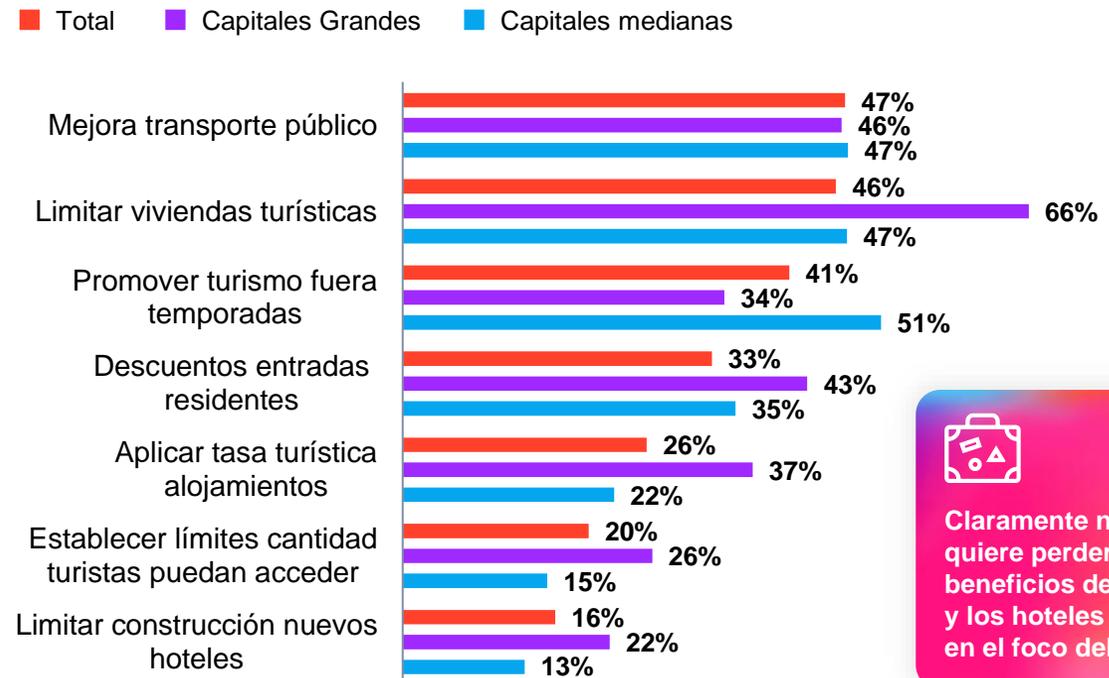
[Contáctanos](#)



En cuanto a las medidas que habría que tomar, los residentes en las grandes capitales piden poner limitaciones, especialmente al desarrollo de las viviendas de uso turístico.

Las ciudades de tamaño medio, -menos saturadas-, sin embargo, piden que se promocióne el turismo fuera de temporada y no ven tanto la necesidad de limitar el resto de los aspectos

Q: ¿Qué medidas adicionales crees que deberían implementarse para gestionar el impacto del turismo en tu ciudad/pueblo?



Claramente no se quiere perder los beneficios del turismo, y los hoteles no están en el foco del problema

Base: total (1.057), grandes capitales (243), capitales medianas (85)

Metodología

YouGov DestinationIndex: Tracker continuo de marcas de destinos. Los datos diarios permiten detectar cambios en el sentimiento a tiempo real y tomar decisiones, mientras mide y evalúa el desempeño de su destino turístico.

A través de **DestinationIndex** puedes obtener los datos que necesitas para realizar un seguimiento de la salud de tu marca, crear o modificar la estrategia y, en última instancia, influir en la

percepción de los viajeros sobre tu destino.

Máximo de 30 marcas de destinos para cada panelista en un solo cuestionario de 16 KPIs

Universo: Entrevistas representativas de población adulta (+18 años) en cada mercado

Muestra: Dependiendo del mercado entre 30 y 100 entrevistas diarias

YouGov Survey : Estudio ad hoc realizado durante el 4 y el 5 de junio de 2024 en España. Con un cuestionario de 8 minutos de duración

Universo: Entrevistas representativas de la población española mayor de 18 años

Muestra: 1027 entrevistas con cuotas de género, edad y región.

Gracias

Explore YouGov Profiles >

Run a survey >

Living Consumer Intelligence | yougov.com/business

YouGov, 2024, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws. Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited. This information (including any enclosures and attachments) is proprietary and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided. We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.