

LA ESTACIONALIDAD: UN RASGO COMPENSABLE DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA ESPAÑOLA

RESUMEN

Este artículo tiene por objeto analizar el turismo en la Comunidad Autónoma de Madrid, comparando su nivel de estacionalidad con el resto de comunidades autónomas. Para ello, se realiza un análisis del fenómeno de la estacionalidad, considerando su triple perspectiva: económica, social y medioambiental. Se contrasta este fenómeno en la Comunidad de Madrid y en el resto de comunidades autónomas españolas.

CLASIFICACIÓN CODIGO JEL. L8 Industry Studies: Services

L 83: Sports Gambling, Recreation; Tourism.

AUTORAS. Peligros Carmen y Casado María. Universidad Europea de Madrid.

DIRECCIÓN POSTAL: Universidad Europea de Madrid

C/ Tajo, s/n. Urb. El Bosque.

28.670 – Villaviciosa de Odón (Madrid)

TELEFONOS: Carmen Peligros 665 233 273; María Casado. Móvil 666 11 82 95

CORREOS ELECTRÓNICOS.

delcarmen.casa@gmail.com; francisca.casado@uem.es

1. INTRODUCCIÓN.

Este artículo tiene por objeto analizar el turismo en la Comunidad Autónoma de Madrid, comparando su nivel de estacionalidad con el resto de comunidades autónomas, lo que se debe en gran medida a las peculiaridades de la oferta turística madrileña. Para ello, se realiza un análisis del fenómeno de la estacionalidad, considerando su triple perspectiva: económica, social y medioambiental. Se contrasta este fenómeno en la Comunidad de Madrid y en el resto de comunidades autónomas españolas y se analiza la oferta turística de la comunidad madrileña.

2. ANALISIS DE LA ESTACIONALIDAD DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD DE MADRID.

El rasgo diferenciador del panorama turístico madrileño respecto a otras grandes ciudades es, a juicio de Valenzuela (2003, p.605), su condición metropolitana en la que se conjugan actividades laborales y de ocio, su estatus de capital política del Estado y el servir de “puerta” de acceso a Europa, de buena parte del tráfico aéreo internacional procedente de ultramar. Además, gracias a su situación geográfica en el centro de la Península Ibérica, Madrid se ha convertido en el nudo de una red centralizada de transportes y comunicaciones (Reig, Picazo y Delgado, 2003 p.277).

A todo esto se suma la importancia del aeropuerto Madrid-Barajas en el tráfico aéreo, tanto nacional como internacional, y los nuevos trazados del tren de alta velocidad. El aeropuerto se perfila como un medio para garantizar el desarrollo social y económico no sólo de la Comunidad de Madrid sino también del conjunto de España, en la medida en la que toda la red de Aena se conecta directa o indirectamente entre sí y

con la capital. Además, el aeropuerto de Madrid-Barajas es la primera empresa de la Comunidad de Madrid en generación de empleo (López de la Mota 2003, p.93).

Como fenómeno que se plantea en mayor o menor grado en todo destino turístico, podría considerarse que la estacionalidad es un factor intrínseco al turismo, si bien existen patrones diferenciados. El clima y el paso de las estaciones desempeñan un papel clave en el desarrollo de ciertos destinos turísticos como pueden ser los de Sol y playa¹ o las estaciones de esquí, mientras que las ciudades sufren en menor medida el fenómeno de la estacionalidad.

Los cambios en los estilos de vida y hábitos de viaje que venimos observando en los últimos tiempos, han atenuado la estacionalidad de ciertos destinos turísticos, siendo Madrid uno de los destinos que se ha aprovechado de dichas tendencias. Para comenzar, la ciudad se ha convertido en destino de fin de semana de una clase media urbana formada por profesionales con un poder adquisitivo medio que utilizan líneas aéreas de bajo coste para desplazarse y realizan sus reservas hoteleras por Internet.

Inscrita en estas nuevas tendencias, y como fruto del acelerado ritmo de nuestras vidas, surge la necesidad de descansar y este descanso cada vez se hace más fraccionado a lo largo del año. La tendencia a realizar más viajes pero más breves ha beneficiado a destinos de ciudad, al igual que la tendencia a realizar varias labores a la vez que se ha trasladado a las actividades turísticas. El denominado “multitarea” (“multitasking”, en inglés) en los destinos de ciudad se manifiesta en el deseo de disfrutar de la visita turística realizando actividades variadas como pueden ser visitas a museos y exposiciones, asistencia a espectáculos, visita de atracciones familiares (parques temáticos, zoológicos, museos y otros), paseos por parques y jardines, recorrido de las zonas pintorescas y realización de compras, entre otras actividades. También la

¹ A los que en ocasiones se ha denominado “ciudades marmota”.

democratización del viaje ha contribuido a atenuar la estacionalidad, pues en nuestros días cada vez es más frecuente que viajeros procedentes del hemisferio sur (Australia, Nueva Zelanda, Argentina o Chile, entre otros) realicen su “Grand Tour” particular viajando durante el “verano austral” que de hecho se corresponde con nuestro invierno, es decir., nuestra temporada baja.

De todas formas, el fenómeno de la estacionalidad sigue siendo importante y presenta unos efectos variados y generalmente negativos que podemos recoger en una triple perspectiva: económica, social y medioambiental.

Desde el punto de vista económico, la estacionalidad produce desajustes entre la oferta y la demanda, que dan lugar a capacidad sobrante en temporada baja y a saturación o sobresaturación en temporada alta. Así López Bonilla y López Bonilla (2006, p. 80) destacan la pérdida de rentabilidad e ineficiencia de los recursos². En relación con el empleo, la concentración de la demanda de servicios turísticos en determinados meses del año genera desempleo estacional y esto perjudica la adquisición de capital humano por parte de los trabajadores turísticos, ya que son demandados tan solo para cubrir los incrementos puntuales de la demanda

Desde el punto de vista social, existen restricciones como el calendario escolar que determinan de manera importante las posibilidades de viajar del conjunto de la población. Así, por ejemplo, mientras en Argentina, Brasil y otros países iberoamericanos, el curso académico comienza en el mes de enero; en Japón, Corea del Sur y China lo hace en abril, siguiendo el calendario agrícola tradicional. Por ello, los iberoamericanos constituyen un mercado antiestacional por viajar en nuestros meses de

² Los beneficios económicos del turismo se reducen por la construcción de edificios e infraestructuras que serán usados solo en parte del año por lo que se mantendrán ociosos durante el resto y por el desempleo estacional (Bar-On 1999, p. 437)

invierno y, además, cada vez son más frecuentes los desplazamientos de asiáticos entorno al mes de marzo.

Para la población autóctona del destino turístico, la llegada de turistas puede producir alteraciones en su vida social debido a la transmisión de valores diferenciados procedentes de los turistas.

Por último, desde el punto de vista medioambiental, la estacionalidad tiene consecuencias perceptibles como la contaminación o el deterioro del medio, especialmente durante la temporada alta en la que se tiende a la sobreexplotación de determinadas áreas. Aunque, también es cierto, que la temporada baja contribuye a su recuperación.

No obstante, otros autores consideran que la elevada estacionalidad también tiene aspectos positivos como son: la incorporación de trabajadores discontinuos como pueden ser los estudiantes y en las épocas de baja actividad se propicia la recuperación ecológica y sociocultural y el mantenimiento de las instalaciones turísticas.

A continuación, comprobaremos como el turismo en la Comunidad de Madrid presenta como rasgo diferenciador, respecto al turismo realizado en otras Comunidades Autónomas, un nivel inferior de estacionalidad. Así se recoge en el trabajo de los autores López Bonilla (2006, p. 98) que llegan a la conclusión de que la Comunidad de Madrid constituye el territorio de España con menor concentración estacional respecto a la oferta turística. Esta oferta turística se encuentra formada por: número de establecimientos, número de plazas y número de empleados. La comunidad que sigue a la madrileña es la Canaria, mientras que Baleares, Cataluña y Cantabria destacan en sentido contrario.

En nuestro trabajo, hemos alcanzado conclusiones similares, ya que según nuestra investigación la Comunidad de Madrid se sitúa en el nivel de estacionalidad más bajo del conjunto de la nación. Así, atendiendo al criterio R cuadrado, comprobamos que la comunidad autónoma con menor nivel de estacionalidad es la Comunidad de Madrid, seguida del “Resto de Comunidades Autónomas”³, Cataluña, Andalucía, Valencia, Islas Canarias, el Conjunto del Turismo en España, y las Islas Baleares, tal y como se puede comprobar a continuación.

Cuadro 1. Valores estadísticos de las regresiones para las diferentes Comunidades Autónomas de España.

	Valor “T de Student” de la Variable Ficticia 12	R ²	Criterio Akaike	Test de Wald F de Snedecor
Madrid	139,78	0,24	0,452	21.196,06
Resto Comunidades Autónomas	132,44	0,67	0,589	19.287,76
Cataluña	133,20	0,71	0,700	20.125,86
Andalucía	228,13	0,81	-0,441	59.139,80
Valencia	221,32	0,82	-0,445	55.403,38
Islas Canarias	880,05	0,85	-3,01	812.853,6
Turismo Total España	320,28	0,85	-0,831	114.543,4
Islas Baleares	412,85	0,99	-1,786	227.183,7

Fuente: elaboración propia a partir de datos de FRONTUR.

Esta conclusión surge como resultado de nuestro trabajo de investigación, en el que hemos realizado una estimación para la que se han empleado como regresores

³ En “Resto de Comunidades Autónomas” se agrupan aquellas que no tienen tratamiento de datos diferenciado. En definitiva, todas aquellas que no son las comunidades autónomas madrileña, catalana, andaluza, valenciana, las Islas Canarias y las Islas Baleares.

variables ficticias correspondientes a cada mes del año, siendo la variable dependiente el número de turistas extranjeros que tiene por destino principal la Comunidad de Madrid desde enero de 1997 hasta agosto del año 2008⁴.

En este trabajo consideramos que este menor nivel de estacionalidad se encuentra asociado a las peculiaridades propias del turismo en la Comunidad de Madrid, que conjuga una amplia panoplia de modalidades turísticas que son ajenas al fenómeno de la estacionalidad: turismo cultural, de negocios, de ferias, rural y deportivo, entre otros. Además en los últimos años prolifera la celebración de eventos que duplican la oferta cultural al tiempo que sitúan a Madrid en el mapa cultural de las capitales europeas y atraen visitantes a lo largo del año, nos referimos a iniciativas como la Noche en Blanco, la Noche de los Museos, la Noche de los Libros, la Semana de la Arquitectura, la Semana de la Ciencia, los Veranos de la Villa o el Festival de Otoño.

En relación a la oferta en Turismo Cultural, la capital cuenta con exponentes tan destacados como las tres pinacotecas que conforman el denominado “Paseo del Arte”: el Museo del Prado, el Museo Thyssen-Bornemisza y el Museo Reina Sofía. No sólo sus colecciones permanentes han alcanzado renombre mundial y son ya de visita obligada, sino que también sus exposiciones temporales atraen visitantes ex profeso. Así, según datos del Ministerio de Cultura, la Comunidad de Madrid cuenta con 102 museos y colecciones museográficas que en el año 2006 recibieron un total de 9.215.921 visitas, lo que la convirtió en la Comunidad Autónoma cuyos museos fueron los más visitados seguida de cerca por las comunidades catalana y andaluza, como se puede constatar en el siguiente cuadro.

⁴ Para realizar la anterior estimación hemos utilizado la serie FRONTUR (movimientos turísticos en fronteras) referida a la entrada de turistas según Comunidad Autónoma.

Cuadro 2. Número de museos y numero total de visitantes, extranjeros y nacionales, por Comunidad Autónoma, año 2006.

Comunidad Autónoma	Número de Museos y Colecciones Museográficas	Número de Visitantes ⁵	Visitantes Extranjeros en porcentaje del total	Visitantes Extranjeros por Museo
Andalucía	145	6.638.752	27%	28.936
Castilla y León	172	4.742.164	8.6%	4.287
Castilla La Mancha	131	2.092.530	12.0%	4.522
Cataluña	102	8.652.161	*	*
Comunitat Valenciana	163	4.923.368	12.7%	8.114
Madrid (Comunidad de)	102	9.215.921	21.8%	66.927
País Vasco	69	2.561.695	31.3%	22.925

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura.

Por otro lado, el cuadro anterior coadyuva a revelar una realidad sobre el turismo que tiene por destino la Comunidad de Madrid y es que la comunidad madrileña alcanza el porcentaje más elevado de visitantes extranjeros respecto al total de visitantes, después del País Vasco. Además es la Comunidad Autónoma que recibe un mayor número de visitantes extranjeros por museo, con mucha diferencia respecto al resto de Comunidades Autónomas. Estos resultados, probablemente, se encuentran condicionados por la presencia del Museo Guggenheim en Bilbao y el Museo del Prado en Madrid.

⁵ Se refiere a los Museos y Colecciones Museográficas que informaron sobre el número de visitantes, ya sean extranjeros o nacionales. Algunos museos alegan que no conocen la cifra y otros no controlan el número de visitantes. No se ofrecen datos sobre la Comunidad Autónoma Catalana.

En relación al Museo del Prado, éste recibió un total de 2.137.719 visitas, en el año 2006, en su mayoría de turistas extranjeros, entre los que destacan los estadounidenses. Se estima que aproximadamente un 27% de los turistas residentes en el extranjero que visitaron la Comunidad de Madrid visitaron el Museo del Prado. Además más del 50% de los visitantes que acuden al Museo del Prado tienen pensado visitar también el Museo Reina Sofía y otros lugares de interés histórico.

El turista no residente que acude al Museo es especialmente interesante para la economía de la Comunidad Autónoma de Madrid, ya que la mayor parte de ellos se encuentran realizando viajes de larga duración por motivos de ocio y se alojan en establecimientos hoteleros de tres y cuatro estrellas. La oferta cultural es otro de los factores que atrae al turismo de nacional, siendo la Comunidad de Madrid la quinta comunidad elegida por los visitantes cuya principal motivación de viaje es la cultura.

Dentro de este Turismo Cultural, junto a las pinacotecas, encontramos lugares tan atractivos como el Palacio Real de Madrid, el Real Jardín Botánico – la mayor colección de plantas vivas de España- o el Museo Arqueológico Nacional. Por otro lado, en los alrededores del municipio de Madrid y dentro de la Comunidad, se hallan lugares tan atractivos como: el Paisaje Cultural de Aranjuez, el municipio de San Lorenzo del Escorial y su Monasterio y la Universidad y centro histórico de Alcalá de Henares, todos ellos inscritos en la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO. Además se encuentran perfectamente comunicados por transporte público (red de trenes de Cercanías y autobuses interurbanos) y por carretera, para quienes opten por utilizar sus propios medios de transporte.

Entre los monumentos pertenecientes a Patrimonio Nacional, según estadísticas del 2006 publicadas por el Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid en su Anuario de 2008, el más visitado es el Palacio Real de Madrid que recibió 883.300

visitas, seguido por el Real Monasterio de San Lorenzo del Escorial con 521.800 visitas, el Valle de los Caídos (402.300 visitantes) y el Palacio Real de Aranjuez (258.200 visitantes).

Ya fuera de la Comunidad de Madrid, se hallan otros lugares de interés también declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Así a una distancia de aproximadamente una hora de distancia por carretera, y poco más de media hora en Tren de Alta Velocidad, se encuentran Toledo y Segovia y a unas dos horas por carretera Salamanca, Cuenca y Ávila. Todos ellos suelen formar parte del plan de excursiones de ida y vuelta en el día que realizan los turistas que se alojan en Madrid. Cabe destacar que la puesta en servicio de trenes de alta velocidad que comunican Madrid con Toledo, Valladolid y Segovia, ha impulsado la visita de estas ciudades por parte de viajeros independientes. Dado que el servicio funciona en ambas direcciones, podríamos concluir que desde estas ciudades también existe un desplazamiento hacia la capital por motivos de ocio.

Por otro lado, dentro de lo que se conoce como órbita cultural, Madrid cuenta con una importante oferta de teatro, destacando de manera especial el auge de los musicales, que atraen espectadores del resto de España. Así los musicales se sitúan en los primeros puestos de recaudación en taquilla de los teatros de Madrid⁶. Según datos del Ministerio de Cultura, prácticamente la mitad de la recaudación de las representaciones teatrales de toda España se obtiene en los teatros madrileños, así como alrededor el treinta por ciento de la recaudación de los conciertos de música clásica y popular, así como de las representaciones del género lírico y de danza.

⁶ Según datos de los teatros de Madrid ordenados por número de espectadores las tres funciones con mayor recaudación y número de espectadores son, por orden de mayor a menor, *Hoy no me puedo levantar* –recaudación 15.745.414 euros-, *Les Luthiers* –recaudación 3.476.740.5 euros- y *Quisiera Ser* – 1.958.681 euros- (fuente de los datos, SGAE).

A la oferta cultural permanente, se unen los espectáculos y actividades que de forma temporal se celebran en otros espacios públicos como son plazas y jardines. Algunos tan arraigados como los Veranos de la Villa o la ya clásica celebración del Día del Orgullo Gay y otros de nueva factura como el “BollyMadrid”, la anteriormente mencionada “Noche en Blanco” y el “Festival Viva América”.

En relación con el Turismo Homosexual cabe señalar que éste tiene un importante potencial como consecuencia de su elevada propensión a viajar, su alto poder adquisitivo y sus necesidades y deseos diferenciados. Madrid puede desempeñar un importante papel en este tipo de turismo, dado que tres de los principales destinos turísticos europeos de sol y playa *gays* se sitúan en España, véase: Ibiza, Sitges y Gran Canaria⁷ y además ocupa un lugar principal en los *City-breaks* junto con Ámsterdam, Londres, París y Berlín, aunque Barcelona también está tomando mucha fuerza en este mercado (Moner, Royo y Ruiz 2007, p.174).

Otro tipo de visitas que resulta interesante para la ciudad son las que se engloban dentro del Turismo Deportivo. Como tal podemos entender el de diversas celebraciones deportivas que se celebran en la ciudad como pueden maratones, torneos de tenis como el renombrado Masters Series o los partidos de fútbol. Estos últimos merecen una mención especial dado que los equipos de fútbol se transforman en embajadores de sus ciudades y países en competiciones deportivas.

También cabe destacar que Madrid, la mejor expresión de la España más abierta al mundo, en palabras del profesor García Delgado (2007, p.98) además cuenta con una oferta de Turismo Rural, que se fomenta desde las administraciones públicas⁸, y que en febrero de 2008 estaba cifrada en 2.887 plazas repartidas en 202 alojamientos rurales

⁷ El otro destino de importancia en Europa es Mykonos (Grecia).

⁸ Como ejemplos citamos el caso del programa LEADER (Moran y Sotelo, 2002, p. 475) y el mas actual Plan Regional de Turismo Rural.

(Dirección General de Medios de Comunicación de la Comunidad de Madrid). La popularidad de la que goza este tipo de turismo se hace patente en el hecho de que el número de alojamientos rurales se duplicó del año 2006 al año 2007. (Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid).

Por otro lado, junto con la faceta lúdica también se encuentra el segmento del denominado Turismo de Negocios dentro del cual ocupa un lugar destacado los que se ha dado en denominar “MICE” por sus siglas en inglés, que corresponden a “*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*”. La organización más destacada dentro del turismo de Congresos y Convenciones es la Institución Ferial de Madrid (IFEMA), que fue considerada la Ferial más importante de Europa durante los años 2003 y 2004 por el Observatorio Ferial Europeo CERMES de la universidad milanesa Luigi Bocconi, situándola por delante de las ferias de Dusseldorf, Frankfurt y Colonia.

Según las estadísticas proporcionadas por la institución ferial en su Memoria Anual de 2007, IFEMA alcanzó unos ingresos de 18.000 millones de euros y generó 39.000 empleos anuales, convirtiéndose en la segunda empresa de la región tras el Aeropuerto Madrid-Barajas. Según la propia institución ferial, más de la mitad de los turistas que acuden a Madrid tienen IFEMA por destino. El número visitantes que acudieron a ferias dirigidas a profesionales y organizadas por IFEMA en 2007 asciende a 857.320 personas, de las cuales el 64% procedían de fuera de la Comunidad de Madrid. En concreto, 55,24% eran de otras comunidades y 8,76% de otros países. En cuanto a los expositores con stand propio en 2007 participaron 21.052 empresas, un 24% de las cuales procedía de la Comunidad de Madrid, mientras el 76% restante procedía de otras comunidades y el extranjero.

El hecho de que las motivaciones de acudir a Madrid sean tan ricas y variadas provoca un patrón menos estacional en el Turismo y un mayor ingreso por viajero. Así

según la Encuesta de Gasto Turístico de 2007 el gasto medio diario de un turista en la Comunidad de Madrid era de 146,8 euros mientras que en el conjunto nacional alcanzaba tan solo la cifra de 94,4 euros. Ahora bien, tal y como ha señalado Valenzuela (2003, p.607) estos hechos tienen como contrapartida una estancia más corta por viajero, como podemos comprobar en el siguiente cuadro. Así la estancia media de enero a agosto de 2008⁹ resulta ser próxima a los dos días mientras que el promedio nacional es de tres. Esto se produce en un contexto generalizado de reducción de la estancia, tanto en áreas de litoral como de turismo interior.

⁹ A partir del año 2008 los datos son provisionales.

Cuadro 3. Estancia media por comunidades autónomas en establecimientos hoteleros. Unidades Días

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nacional	3,8	3,7	3,7	3,6	3,5	3,4	3,4	3,2	3,1	3,1
Andalucía	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1	3,0	2,8	2,7	2,7
Aragón	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2
Asturias (Principado de)	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1
Baleares (Illes)	8,1	7,5	7,4	7,0	6,9	6,6	6,5	5,7	5,8	5,7
Canarias	7,9	7,7	7,8	7,8	7,8	7,6	7,5	6,9	6,7	6,6
Cantabria	2,2	2,2	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2	2,3	2,2
Castilla y León	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Castilla - La Mancha	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8
Cataluña	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2	3,1	3,1	2,8	2,7	2,7
Comunitat Valenciana	4,4	4,5	4,2	4,2	3,8	3,7	3,6	3,2	3,3	3,3
Extremadura	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8
Galicia	2,2	2,3	2,3	2,3	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2
Madrid (Comunidad de)	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9
Murcia (Región de)	3,2	3,1	3,0	3,0	3,0	2,8	2,6	2,3	2,5	2,4
Navarra (Comunidad Foral de)	1,7	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	1,9	1,9	1,9
País Vasco	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8
Rioja (La)	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8
Ceuta	2,9	2,4	2,5	2,7	2,2	2,4	2,5	2,0	2,2	2,1
Melilla	3,3	2,7	2,8	2,4	2,2	2,2	2,6	2,6	2,7	2,6

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de ocupación en Alojamientos turísticos. Establecimientos hoteleros.

3. CONCLUSION.

En este artículo hemos comprobado como el nivel de estacionalidad del turismo en Madrid se sitúa en el nivel mas bajo del conjunto de la nación, haciendo el análisis a través del conjunto de las Comunidades Autónomas españolas. Asociamos el menor nivel de estacionalidad de la Comunidad de Madrid a la peculiar idiosincrasia del turismo madrileño que conjuga, de manera especial, su carácter de turismo de ocio, de negocios, cultural, deportivo, homosexual e incluso rural, generando un gasto medio por turista superior al conjunto del país, aunque con una estancia media en hoteles inferior a la media nacional.

4. BIBLIOGRAFÍA.

Bar-On, Raphael Raymond (1999): “The Measurement of Seasonality and its Economic Impacts”, *Tourism Economics*, 5(4) pp. 437 -458.

Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid (2008): Turismo en la Comunidad de Madrid. Informe de Resultados, 2007.

Dirección General de Medios de Comunicación de la Comunidad de Madrid (2008): La Comunidad creará un Plan Regional de Turismo Rural para aumentar la competitividad del Sector.

García Delgado, J.L. (2007): “A modo de epílogo: Madrid, capital económica internacional”, *Economistas*, año nº 25, nº 112. Ejemplar dedicado a: Economía de Madrid: logros y perspectivas. pp. 98-101.

Instituto de Estudios Turísticos (2007) *Los Visitantes del Museo del Prado en el año 2006*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Instituto de Estudios Turísticos (2008): *Entradas de turistas según Comunidad Autónoma de destino principal. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)*. Secretaria de Estado de Turismo. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Instituto de Estudios Turísticos (2008): *EGATUR Informe Anual 2007*. Secretaria de Estado de Turismo. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid. *Anuario Estadístico de la Comunidad de Madrid, 2008*.

López Bonilla, J.M. y López Bonilla L.M. (2006): “La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística”, *Revista de Estudios Regionales*, nº 77, pp. 77-104.

López de la Mota, A. (2003): “El aeropuerto como motor económico. Beneficios generados por Madrid-Barajas en su entorno”, *Economistas*, nº 95, p.91-97

Ministerio de Cultura (2008): *Estadísticas de Museos y Colecciones Museográficas*. Actualización Febrero 2008.

Ministerio de Cultura (2008): *Estadísticas de Cultura. CULTURABase. Artes Musicales y Escénicas*.

Morán Rodríguez, M^a A.; Sotelo Navalpotro, J.A. (2002): “El turismo rural y Leader + en la sierra norte madrileña”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. Volumen Extraordinario, pp. 471-481

Moner, C.; Royo, M. y Ruiz, M.E. (2007): “Oferta y Demanda en el Mercado Turístico Homosexual: Una Propuesta de Estrategias de Intercambio para la Mejora del Marketing en el Segmento”, *Cuadernos de Turismo*, nº 20, pp. 171-197.

Reig, E., Picazo, A. J. y Delgado, M.J. (2003) “Infraestructuras e Inversiones: la dotación de capital”, incluido en: *Estructura Económica de Madrid*, segunda edición, J.L. García Delgado (director). Editorial Civitas.

Troitiño Vinuesa, M.A. (2002): “Aranjuez: Patrimonio Cultural, recuperación urbana y turismo”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, Vol. Extraordinario, pp. 495-518.

Vacas Guerrero, T. (2000): “Los Museos Madrileños como Oferta Turístico-Cultural”, *Cuadernos de Turismo*, nº 5, pp.105-111.

Valenzuela Rubio, M. (2003): “Turismo y Servicios Recreativos”, incluido en: *Estructura Económica de Madrid*, segunda edición, J.L. García Delgado (director). Editorial Civitas.

Otras Fuentes:

<http://www.ifema.es/institucional/institucion/presen.html>

Patrimonio de la Humanidad en España

<http://www.patrimonio-mundial.com/home.html>

UNESCO.ORG, World Heritage List