

IMPACTO DE LOS BONOS TURÍSTICOS COMO REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Carmen Hernando Vivar¹

Laura Vidal Serrano²

Lorenza Berlanga de Jesús³

Rosa María Touris López⁴

Resumen:

La reactivación del sector Turismo es una de las principales preocupaciones en España. La aportación de este sector al PIB español pasó del 12,4%, antes de la pandemia, al 5,5% en 2020. En 2021 comenzó su recuperación, llegando al 7,4% (Hosteltur y Statista).

En la Comunidad de Madrid los bonos turísticos han sido y son un instrumento para la recuperación del sector (que también se emplea en otras Comunidades), considerándose relevante analizar cómo están repercutiendo efectivamente en la reactivación del sector.

El impacto en el primer año, tras el confinamiento y recesión del sector, fue un dato positivo. Por ello, el objetivo de esta investigación se centra en analizar la repercusión económica e impacto de los bonos turísticos, como estrategia de precio, para promover el turismo en la Comunidad Autónoma de Madrid (2021-2022).

Se aplica una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa, describiéndose las características y consecuencias de estos paquetes turísticos, utilizando simultáneamente la encuesta como instrumento de medida valorativo sobre esta herramienta. Se examinan diferentes opciones que ofrecen los bonos turísticos y tecnologías aplicadas (análisis exploratorio), se determina la influencia de dichos bonos en la reactivación del sector turismo (análisis explicativo) y se estudia la evolución en estos últimos años (análisis longitudinal). A través de encuestas se evalúa cómo los diferentes agentes valoran esta herramienta.

Todo ello, forma parte de las nuevas formas de turismo como adaptación a la sostenibilidad del sector, proponiéndose líneas de mejora y estrategias que permitan seguir su desarrollo.

¹ Universidad Autónoma de Madrid. carmen.hernando@uam.es

² Universidad Autónoma de Madrid. laura.vidals@uam.es

³ Universidad Autónoma de Madrid. loren.berlanga@uam.es

⁴ Universidad Autónoma de Madrid. rosa.touris@uam.es

Palabras Clave: Reactivación del Turismo, Estrategia de Precios, Bonos Turísticos, Comunidad Autónoma de Madrid, Impacto Económico.

IMPACT OF TOURIST BONDS AS A REACTIVATION OF TOURISM IN THE COMMUNITY OF MADRID

Abstract:

The reactivation of the tourism sector is one of the main concerns in Spain. The contribution of this sector to Spanish GDP fell from 12.4% before the pandemic to 5.5% in 2020. In 2021 it began its recovery, reaching 7.4% (Hosteltur and Statista).

In the Community of Madrid, tourism vouchers have been and are an instrument for the recovery of the sector (which is also used in other Communities), and it is relevant to analyse how they are effectively having an impact on the reactivation of the sector.

The impact in the first year, after the confinement and recession of the sector, was positive. Therefore, the objective of this research focuses on analysing the economic repercussion and impact of tourist vouchers as a pricing strategy to promote tourism in the Autonomous Community of Madrid (2021-2022).

A mixed qualitative and quantitative methodology is applied, describing the characteristics and consequences of these tourist packages, simultaneously using the survey as an instrument for measuring the value of this tool. Different options offered by tourist vouchers and applied technologies are examined (exploratory analysis), the influence of these vouchers on the reactivation of the tourism sector is determined (explanatory analysis) and the evolution of these vouchers in recent years is studied (longitudinal analysis). Surveys are used to evaluate how the different agents value this tool.

All of this is part of the new forms of tourism as an adaptation to the sustainability of the sector, proposing lines of improvement and strategies that allow for its further development.

Keywords: Reactivation of Tourism, Pricing Strategy, Tourist Bonds, Autonomous Community of Madrid, Economic Impact.

1. INTRODUCCIÓN⁵

El sector del turismo en España supone un importante porcentaje del PIB, aunque en los últimos años ha descendido notoriamente. En 2019 representaba un 12,4% dl PIB, en 2020 disminuyó al 4,3% (Benedito. I, 2021 e INE) y en 2021 llegó al 7,4%, lo que, actualmente, se encuentra en aumento.

En 2020, durante la pandemia, los ingresos por turismo extranjero cayeron un 77% (Banco España), importante repercusión para este sector, ya que se trata de una de las principales fuentes de ingresos de este.

Tras el confinamiento, conociendo el riesgo del sector turismo, las Comunidades Autónomas comenzaron a plantearse la aplicación de un marketing diferente al que se llevaba a cabo hasta el momento. La gran preocupación por este sector entre las Comunidades Autónomas de España indujo a planteamientos de ayudas económicas como las que nos ocupan en esta investigación, la implantación de beneficios a través de bonos de descuento y tarjetas prepago, entre otros, los llamados “Bonos Turísticos”.

Son estrategias y tipos de marketing cuyo objetivo principal es la reactivación que del sector turismo desde el año 2020, tanto nacional como local, dependiendo de lo que cada Comunidad considere prioritario.

Representan un factor motivador para viajar dentro de la propia Comunidad o entre todas las Comunidades de nuestro país, fomentando los viajes por España y sus Comunidades Autónomas, es decir, el turismo interior en nuestro país.

Entre otras definiciones, el Marketing en Turismo se entiende como “el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir en sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos” (Witt & Moutinho, 1995). Aplicándolo a este trabajo, nos centraremos en la repercusión que los Bonos Turísticos, como estrategia de marketing en precios, ha tenido en diferentes sectores, como son los viajes, la hostelería y el turismo de compras, entre otros.

Inicialmente, se comenzaron desarrollando diferentes estrategias de precios destinadas a impulsar y reactivar este sector, además de los Bonos Turísticos. De manera general, todas ellas, aportan descuentos para los consumidores, de forma que les sea más atractivo y fácil viajar y/o consumir en los destinos turísticos.

Se aplican en alojamientos hoteleros, gastronomía, visitas turísticas, actividades, etc., dependiendo de la oferta de cada Comunidad Autónoma y se presentan de diferentes formas, según las características particulares de cada Comunidad, una oferta, una subvención, un descuento o una tarjeta prepago, entre otras.

Inicialmente, las estrategias de precios que más destacaron, además de los Bonos Turísticos, fueron:

- Acciones de precio gratuitas.
- No pago de tasas turísticas.

⁵ Quiero agradecer especialmente el apoyo brindado del profesor Luis Rubio Andrada, del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), sobre todo, en la parte estadística.

- Tarifas reducidas.
- Descuentos diversos, como vales para canjear.
- Reducción del IVA.
- Bonificaciones en transporte peninsular.

Sin embargo, el bono turístico fue la estrategia más aceptada por los consumidores en esta iniciativa. Este hecho motivó que se continuara ofreciendo el bono turístico en los siguientes años hasta la actualidad, ampliándose la oferta en un mayor número de Comunidades Autónomas.

En noviembre de 2021 se lanzaron en la Comunidad de Madrid bonos turísticos con una previsión de atraer alrededor de 40.000 viajeros, generando unas 120.000 pernотaciones. Incluían bonos con descuentos de hasta el 50%, para viajeros residentes. Este programa de bonos ha estado vigente hasta mayo del 2022, fecha en la que se han agotado los fondos destinados a tal objetivo (Hosteltur)⁶.

Asimismo, el turismo ha llegado a aportar más de 14.000 millones de euros a la economía madrileña (Hosteltur, noviembre 2021), por lo que se ha considerado relevante analizar cómo los bonos turísticos han repercutido y están repercutiendo económicamente en la reactivación de este sector en la Comunidad de Madrid.

Es por todo ello que, se ha planteado el objetivo general de este estudio sobre el impacto que los Bonos Turísticos están desarrollando en España, a nivel nacional y local, en el sector turismo.

Los principales objetivos particulares están basados en:

- La búsqueda de características, requisitos y finalidades de los bonos turísticos en territorio español.
- El análisis de las diferentes alternativas innovadoras y tecnológicas que ofrecen al consumidor de turismo español, residente en el territorio nacional.
- La influencia que tiene esta herramienta en la reactivación económica del sector turismo en España.
- La evolución que representan los anteriores objetivos en los dos últimos años.
- La valoración de esta herramienta por expertos en el sector turismo en España, a través de la realización de encuestas.

1.1. El Marketing como herramienta de apoyo al sector turismo y su sostenibilidad

El turismo, perteneciente al sector servicios, posee una perspectiva desde el punto de vista del marketing conocida como la de “producto turístico”. Desde esta perspectiva, el marketing se caracteriza por su intangibilidad, caducidad, simultaneidad de producción y consumo, heterogeneidad y baja elasticidad de la oferta (Valls, 1996). Aquí es donde nosotros basamos este estudio, en aquel producto que, nacido en la pandemia, se introdujo en España como herramienta de marketing para apoyar y reactivar el sector del turismo, a través del impulso para viajar de nuevo.

Muchos han sido los indicadores de actividad del sector servicios (IASS) que han medido la evolución a corto plazo de la actividad de las empresas de este sector, pero se

⁶ **Hosteltur**, medio de comunicación especializado en el sector turístico profesional.

han centrado en dos variables concretas: la cifra de negocios (facturación de la empresa por la prestación de servicios y venta de bienes) y el personal ocupado en la empresa (ya sea asalariado de la misma o ni siquiera llegue a estar remunerado) (Dataestur)⁷.

Estas dos variables han ocupado un sitio fundamental en este trabajo, ya que se analizan índices de satisfacción de la Hostelería, respecto al servicio de alojamiento, de comidas y bebidas, de los establecimientos para compras y consumos y de las agencias de viajes, entre otros.

Por ello, podemos referirnos al producto turístico como Marketing Turístico que lleva a cabo la promoción de destinos de viaje, alojamientos, transportes y visitas culturales, de ocio, etc. dentro del destino elegido y siempre buscando la sostenibilidad del sector, ofreciendo los mejores servicios a los visitantes, en función de sus preferencias.

Debe existir un consenso entre el sector público, el sector privado, los residentes y los turistas, fundamentado en que cada uno de estos agentes conozca claramente cuál es su aportación económico - financiera a la sostenibilidad del sector (Valls, 2004).

Así, se entiende por destinos sostenibles aquellos que cuentan con buenas prácticas y cumplen con los requisitos de conservación medioambiental, social y económica. Requieren un uso responsable de los recursos naturales, cuidando el medioambiente, culturales, adaptándose a la demanda de los turistas, y sociales, apoyando a artesanos y productores locales (Turespaña)⁸.

Por ello, cabe destacar la implicación de las Comunidades Autónomas en la elaboración por parte del Gobierno de España, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030⁹. Se trata de una agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo, impulsando los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial. Para ello, se ha impulsado un proceso participativo en el que se está implicando al sector y las comunidades autónomas, y del cual se espera un modelo de crecimiento para los próximos años, basado en los siguientes principios y ejes estratégicos:

Principios:

- Crecimiento socio económico: competitividad y rentabilidad del sector, calidad y transformación digital.
- Preservación de los valores naturales y culturales: conservación del patrimonio cultural y natural.
- Beneficio social: reparto de los beneficios del sector y enfrentar la despoblación del medio rural en España.
- Participación y gobernanza: gobernanza participativa entre el Estado y las Administraciones competentes.
- Adaptación permanente: capacidad de respuesta frente al nuevo entorno de cambios constantes.

⁷ **Dataestur**, sitio de selección de los datos más relevantes del turismo de España para su consulta y estudio.

⁸ Turespaña, Instituto de Turismo de España, adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Turismo. Es un organismo autónomo de la Administración General del Estado encargado de la promoción en el exterior de España como destino turístico y lo hace mediante el marketing y el impulso de la estrategia turística española.

⁹ Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, incluida en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, es un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad.

- Liderazgo: consolidar el papel de España como líder mundial en el sector.

Ejes:

- Gobernanza colaborativa.
- Crecimiento sostenible.
- Transformación competitiva.
- Espacio turístico, empresas y personas.
- Producto, marketing e inteligencia turística.

Siendo en este último punto de “Producto, marketing e inteligencia turística” donde desarrollamos este trabajo de investigación.

1.2. Los Bonos Turísticos como herramienta de Marketing en la reactivación del sector turismo

Como ya se ha mencionado, la necesidad de reactivación del sector turismo era inminente tras el impacto de la pandemia de la COVID-19. Fue por ello, que varias Comunidades Autónomas comenzaron a poner en marcha los llamados “Bonos Turísticos”, los cuales nacieron destinados a subvencionar gastos de viajes en sus respectivos territorios y/o a nivel nacional. En su primer año de implantación, se consiguió un notable impacto en la economía del sector (Hosteltur, 2021).

Estos Bonos Turísticos han estado siempre destinados, principalmente, a motivar el gasto por parte de los viajeros, los cuales destinan su dinero a desplazamientos, alojamiento, manutención, actividades de ocio y diversión, etc.; de ahí, que gracias a ellos ese gasto pueda ser equitativo a la situación que nuestro país lleva viviendo desde el año 2020, además de dejar beneficios en los establecimientos y empresas de nuestro país.

Esta iniciativa formó parte del “Plan de Impulso del Sector Turístico post COVID 19”¹⁰ en España, el cual venía ligado al plan de recuperación europeo, presentado por la Comisión Europea, “Next Generation EU”, un instrumento creado para la recuperación de Europa. Eran fondos europeos que incluían una inyección para España, destinados a la recuperación de autónomos y pymes, entre otros. La disposición de estos fondos, entre otros, fue destinada a la adopción de medidas de liquidez como estrategia de recuperación y promoción del turismo local, a través de los mencionados Bonos Turísticos o Bonos de Patrocinio. Aunque la propuesta incluía diferentes estrategias de precios, como bonificaciones de transporte, reducción del Iva, etc., el Bono Turístico alcanzó el mayor porcentaje de aceptación y consumo, llegando al 63% (ObservaTUR)¹¹.

Inicialmente, las Comunidades Autónomas que pusieron en marcha esta novedosa herramienta, el Bono Turístico, con particularidades según la Comunidad, fueron Andalucía, Aragón, Baleares, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia. Entre ellas, Madrid y País Vasco fueron las primeras en apostar por el fomento de los destinos tanto locales como nacionales, siendo la

¹⁰ Gobierno de España, Agenda 2030.

¹¹ ObservaTUR es el Observatorio Nacional de Turismo Emisor, un instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor. Estudia el comportamiento del turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra.

Comunidad de Madrid la que mayor cuantía ofrecía para subvencionar los viajes. Debido al momento en que nos encontrábamos, Comunidades como Andalucía, Baleares, Extremadura y Galicia destinaron parte de los descuentos y subvenciones de viajes a sanitarios y colectivos especiales. El tipo de turismo, principalmente, fue cultural y de ocio, basado siempre en condiciones óptimas de salud pública para los viajeros, ya que se tenía cierto recelo a viajar de nuevo. Progresivamente se fueron uniendo más establecimientos, agencias de viajes y empresas a estos programas, lo cual conllevó a un reparto más equitativo del gasto dentro de las Comunidades.

En su inicio, según información de los Gobiernos autonómicos, la mayor demanda de Bonos Turísticos (en función del total de solicitudes emitidas) procedía de visitantes de la Comunidad Valenciana, alcanzando un 19,5%, seguida de Madrid donde se llegó a un 12,9% y Cataluña con un 10,6%. Después se encontraba Andalucía con un 8,4%, Galicia con un 5,9% y País Vasco con un 4,9%. El servicio más demandado fue el alojamiento y pernoctación en hoteles con un importe medio por bono de 243,80 euros (Hosteltur, 2021).

En el caso de la Comunidad de Madrid, según información de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, esta iniciativa fue muy positiva pero no suficiente para impulsar el turismo nacional de manera rápida. La mayor crítica a los Bonos Turísticos se basó en la complejidad de su gestión, debido a que “hay que tramitar cada uno de esos bonos”. Sin embargo, la propuesta avanzó hacia el reparto del turismo por más zonas de la Comunidad, ampliándose a localidades como Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo del Escorial. Todo ello, forma parte de los “Planes de Sostenibilidad Turística en Destino 2022”, financiados con los fondos europeos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

2. CARACTERÍSTICAS DE LOS BONOS TURÍSTICOS Y SUS PRINCIPALES VENTAJAS.

Este tipo de estrategia está dirigida al consumo de productos y servicios turísticos, funcionan como subvenciones y poseen, principalmente, las siguientes características y ventajas:

2.1. Características como plan de reactivación:

- Son accesibles a toda la población.
- Son sencillos de solicitar.
- Se obtienen gratuitamente.
- Los descuentos sobre servicios consumidos, generalmente, a través de un porcentaje sobre estos.
- Algunos planes están focalizados en colectivos esenciales y sanitarios.
- La mayoría se ofrecen para turismo interior dentro de la Comunidad Autónoma correspondiente.
- Pretenden cubrir, mayoritariamente, la temporada baja de turismo.

2.2. Características respecto a las Comunidades Autónomas:

- La mayoría de las CCAA están enfocados al turismo local.

- El máximo aplicable es de 600 euros por bono turístico, bien como descuentos o bien como un bono de consumo.
- Cada CCAA indica donde se puede solicitar, la lista de establecimientos adheridos y la normativa respecto sobre la disponibilidad por viajero (número de bonos por mes o por períodos de vigencia, por persona o paquetes turísticos, etc.).
- Cuando se requiere como requisito la pernoctación de 2 noches, éstas deben ser consecutivas.

2.3. Principales ventajas de los Bonos Turísticos como estrategia de precio:

- Ofrece gratuidad en algunas ocasiones.
- Posee un valor en euros.
- Hay gran oferta de establecimientos para utilizarlos.
- Se realiza de manera digital y con una tramitación sencilla.
- El espacio de tiempo para su disponibilidad es razonablemente amplio.

3. METODOLOGÍA

Para el análisis de este trabajo se ha realizado, primeramente, un análisis de contenido de las páginas webs de las Comunidades Autónomas y de notas de prensa relacionadas con el tema que nos ocupa.

Además de analizar la Comunidad de Madrid, el objetivo ha sido conocer lo que han llevado a cabo en otras Comunidades Autónomas, saber cómo han gestionado esta iniciativa de reactivación del sector turismo y qué impacto económico ha tenido. De ahí que se hayan podido obtener similitudes y diferencias entre éstas.

Entre otros, y en función de la información que se ha podido obtener tras un análisis informativo en cada Comunidad Autónoma, se encontraría el estudio particularizado de:

- La modalidad y tipo de bono que ha sido ofertado y puesto en circulación.
- Importe subvencionado en sus bonos.
- Requisitos principales para su aplicación.
- Períodos de disfrute de los bonos adquiridos y dónde aplicarlos.
- Número de bonos publicados y cantidad de bonos a adquirir por persona.
- Público objetivo al que van destinadas estas ayudas.
- Objetivo principal para el que están destinados.
- A través de qué mecanismos e instituciones obtenerlos.
- Inversión realizada por las Comunidades para llevar a cabo esta estrategia de apoyo y ayuda al sector.

Finalmente, se ha elaborado un cuestionario dirigido a valorar este instrumento de reactivación en los Hoteles de la Comunidad de Madrid, con la finalidad de conocer la repercusión y el grado de impacto en la actividad económica de nuestra Comunidad.

El cuestionario está estructurado con preguntas cerradas, de las cuales 11 están en escala de Likert de 5 puntos, 2 son nominales tipo sí/no y 9 son de identificación. Se tarda en realizar unos 3 minutos de media. En su diseño se han empleado estudios previos, contándose con la participación de un experto en el diseño de encuestas, habiéndose sometido al juicio de tres expertos en turismo (una de hoteles, otra de recursos humanos

y otro de museos). A continuación, se realizó un pilotaje a tres directivos de hoteles, que indicaron que la escala diseñada era correcta.

Los objetivos planteados, anteriormente, dieron lugar a las siguientes preguntas de investigación:

- Q1 ¿Existen similitudes entre las principales aplicaciones de los Bonos Turísticos como estrategia de precios para promover el turismo en las Comunidades Autónomas de España, 2021 – 2022?
- Q2 ¿Hay una influencia en el impacto de los Bonos Turísticos en la reactivación del sector turismo en la Comunidad de Madrid, 2021 – 2022?
- Q3 ¿La valoración de esta herramienta de reactivación del sector turismo en España a través de encuestas realizadas a diferentes agentes puede corroborar la anterior?

4. RESULTADOS

Tras la aplicación de la metodología descrita, analizando la información que las Comunidades Autónomas publican en sus páginas web, se extrajeron los siguientes resultados, los cuales permiten conocer las características de los Bonos Turísticos en España, la evolución en el período de estudio aplicado y la valoración sobre su aportación a la reactivación del sector turismo en España.

4.1. Aplicación de los Bonos Turísticos como estrategia de precios para promover el turismo en las Comunidades Autónomas de España, 2021 - 2022.

Los bonos turísticos, nacidos en España durante el año de la pandemia 2020, se han ampliado al período 2021 - 2022 a casi todas las Comunidades Autónomas y se materializan de dos formas:

1. Mediante un bono o tarjeta que el consumidor/turista compra y que le reporta importantes descuentos a la hora de pagar las consumiciones en los establecimientos adheridos en el destino turístico.
2. La recuperación de los gastos o parte de ellos del viaje realizado presentando las facturas al regreso.

Cada Comunidad Autónoma posee sus propias características, requisitos y restricciones. Además, no todas ellas publican la información de la misma manera ni en la misma cantidad. Partiendo de la información que se ha podido recabar a través de sus páginas web oficiales de Turismo, en 2022 las Comunidades Autónomas que han canjeado sus Bonos Turísticos y han puesto en marcha de nuevo esta iniciativa son las siguientes (*Véase Tabla 1 y 2*):

- 1) **Bono Turístico de Andalucía: “BONOTUR”:** este Bono Turístico andaluz está destinado a residentes en su comunidad y titulares de la Tarjeta de Andaluz o Andaluza en el exterior, con un máximo de 3 bonos por persona. Para su obtención se requiere un mínimo de dos noches de alojamientos en los establecimientos de “Andalucía Segura”.

Estos bonos se adquieren a través de agencias de viajes adheridas al programa y conllevan el abono del 25% de los gastos con un máximo de 200 euros en alojamiento si este es de dos noches o de 500 euros si es de cuatro noches o más.

- 2) **Bono Turístico de Aragón:** este bono tiene carácter nacional, pudiendo ser utilizado por cualquier persona del territorio español, tramitándose a través de agencias de viaje adheridas al programa. Conlleva una bonificación del 40% de la factura de gastos del viaje con el IVA incluido, presentando los justificantes pertinentes de donde se deducirá la cantidad que copaga la Comunidad. El límite máximo está fijado en 300 euros y el requisito es de 2 pernoctaciones como mínimo.
También, destina una cantidad de 50.000 euros, a partes iguales, para dos Balnearios turolenses, el de Ariño y El Paraíso de Manzanera.
- 3) **Bono Turístico del Principado de Asturias: “ASTURPASS”:** consiste en un descuento de 85 euros (IVA incluido), donde 65 euros son para estancias de dos o más noches y 230 euros en restaurantes o sidrerías en las empresas adheridas al programa. Para obtener el descuento se debía realizar la reserva antes del 30 de diciembre de 2021 y cuenta con 45 empresas adheridas al programa.
- 4) **Bono Turístico de Islas Baleares:** se trata de un descuento de 100 € por persona si se contratan un mínimo de dos noches de alojamiento en una isla distinta a la de residencia habitual. La contratación se debe realizar a través de las agencias de viaje adheridas.
- 5) **Bono Turístico de Canarias en La Palma y Fuerteventura:**
 - **La Palma: “BONO LA PALMA”:** la Consejería de Turismo en Canarias, a través de la empresa pública Turismo de Islas Canarias, ha realizado la adjudicación de los bonos turísticos mediante siete sorteos realizados el primer miércoles de cada mes. El objetivo es incentivar los viajes a La Palma y reactivar la economía de la isla tras la erupción del volcán.
Cada bono es de 250 euros en una tarjeta virtual para gastar en alojamiento, restauración y actividades turísticas, siempre que se cumpla el requisito de ser residente en España y mayor de 18 años.
El período de solicitud es del 1 de febrero al 31 de diciembre y se dispone de cuatro meses para su utilización.
 - **Fuerteventura: “BONOVENTURA”:** este bono está destinado residentes canarios mayores de 18 años, con una utilización del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2022.
Se trata de una tarjeta prepago de 400 euros para gastar en ocio y alojamientos, en establecimientos adheridos al programa. Es una tarjeta similar a las de débito que se recarga con un importe entre 50 y 100 euros, donde el Cabildo aporta una cuantía similar, por lo que duplica el importe inicial del solicitante.
- 6) **Bono Turístico de Cantabria:** se trata de una iniciativa pionera del Consistorio a nivel de promoción de destino y dinamización del turismo, diseñada para apoyar al sector en los meses de menos actividad y para favorecer la desestacionalización. Los establecimientos comerciales adheridos han superado la cifra de 900 bonos, bajo la previsión de que cada uno obtuviera un máximo de 10.000 euros o bonos para poder canjear. Estos bonos han ascendido a 100 euros de descuento por cada 300 euros de consumo, con un mínimo de seis euros de gasto. Con todo ello, el impacto esperado es de alrededor de los tres millones de euros.

7) **Bono Turístico de Castilla La Mancha:** a través de las empresas adheridas a su programa de bonos turísticos, esta iniciativa conlleva los siguientes descuentos por pernoctar en los establecimientos participantes:

- 12 € de bono para hospedajes en hostales y hoteles de una estrella.
- 20 € de descuento por noche en hoteles de dos y tres estrellas.
- 30 € para reservas en hoteles de cuatro y cinco estrellas.

8) **Bono Turístico de Castilla y León: “Disfruta Castilla y León”:** se trata de descuentos destinados a españoles que visiten esta Comunidad, pudiendo llegar desde los 250 € hasta los 700 €, en función de la modalidad de tarjeta elegida para el consumo en los establecimientos y actividades turísticas inscritas en el Registro de Turismo de Castilla y León.

Existen dos tipos de tarjetas: “Disfruta” y “Disfruta Plus Agencias”, con tres importes diferentes de 250, 500 o 700 euros:

- La tarjeta "Disfruta" está destinada a cualquier establecimiento o actividad turística donde exista como mínimo una noche de alojamiento. En este caso, la Junta de Castilla y León aporta el 50% del importe elegido en la tarjeta y el beneficiario el 50% restante.
- La tarjeta "Disfruta Plus Agencias" la cual está enfocada a su uso en la contratación de paquetes turísticos pertenecientes al Bono Turístico en una Agencia de Viajes de Castilla y León. En este caso, la Junta de Castilla y León aporta el 60% del importe elegido y el beneficiario el 40% restante.

9) **Bono Turístico de Cataluña:** es la primera vez que, esta Comunidad, lanza bonos turísticos para subvencionar a sus residentes en escapadas por Cataluña y lo realiza a través de la Agència Catalana de Turisme y agencias de viajes. Se estimó subvencionar alrededor de 10.000 reservas turísticas hechas en agencias de viajes con un límite del 50% de la factura y con un tope máximo de 150 euros de importe subvencionable.

La campaña, denominada Estalviatge, busca prolongar la temporada turística, la estacionalidad, y los contratos laborales que conlleva, así como fomentar y apoyar a las agencias de viajes.

Los Bonos turísticos son de hasta 150 euros para fomentar el turismo de proximidad entre los catalanes durante los meses de marzo y abril, aunque se excluye la Semana Santa.

Asimismo, cuenta con “Bonos para viajes combinados”, a los que se accede al contratar un viaje combinado en una de las agencias adheridas a la campaña. Debe incluir una pernoctación en un alojamiento turístico catalán y uno de estos servicios: transporte (ya sea de pasajeros, alquiler de coches u otros vehículos) o actividades, excursiones con guía o entradas a museos o conciertos.

10) **Bono Viaje de Ceuta:** se trata de un programa de bonificación a no residentes que utilicen el transporte aéreo entre la península y Ceuta. Sobre todo, en aquellos que utilicen las líneas de helicóptero para ello, donde se subvencionará 60 euros por el trayecto Algeciras-Ceuta-Algeciras y 170 euros por el trayecto Málaga-Ceuta-Málaga.

Asimismo, ofrece una ayuda desde 85 euros por turista y pernoctación la cual se adjudica de la siguiente forma: transporte (30 euros), alojamiento (25 euros), restauración (15 euros) y actividades turísticas (15 euros). La duración del programa es de un año y se gestiona a través de la empresa PROCESA.

11) Bono Turístico de Extremadura: en esta Comunidad Autónoma existen dos modelos físicos de bono turístico, uno para Cáceres y otro para Badajoz. En ambos casos, se trata de descuentos y ofertas que oscilan entre un 50% y un 75% del coste de los servicios ofrecidos en alojamientos, visitas guiadas y otras actividades de ocio. Su vigencia es hasta el 30 de junio de 2022.

12) Bono Turístico de Galicia: el bono turístico ha favorecido la desestacionalización de la oferta tras el verano.

Ha ampliado el bono turístico de los sanitarios en 2022 y para quien ya tenía concedido el bono paga solo el 40%.

Consiste en una tarjeta prepago para los turistas, de la cual financia un 40% del bono, siendo el usuario quien paga el 60% restante. Ofrece tres importes: 250, 375 y 500 euros, y lo pueden contratar personas mayores de edad que estén empadronadas en cualquier municipio gallego, por lo que apuesta por el turismo interior.

13) Bono Turístico de la Comunidad de Madrid: en este caso, se ha mantenido vigente el Bono Turístico desde su activación en el año de la pandemia, estando disponible, actualmente, desde el 16 de noviembre hasta el 15 de mayo.

Los beneficiarios son los usuarios, a nivel nacional, de productos y servicios que estén subvencionados. Por ello, el único requisito para su solicitud es disponer de la nacionalidad española o residencia legal en territorio español.

El Bono Turístico al que se puede acceder es de hasta 600 € por persona y mes si hace turismo en Madrid. Una vez concedido el descuento se contrata directamente con las agencias de viajes y alojamientos adheridos al programa, para disfrutar dentro de la propia comunidad con una estancia mínima de una noche.

También cuenta con un descuento al transporte, cuyo origen debe tener lugar en España y destino dentro de la Comunidad de Madrid.

14) Bono Viaje de Melilla: el Patronato de Turismo ha desarrollado un Decreto Regulador de bonificación de Paquetes Turísticos con destino Melilla. Estos paquetes Turísticos consisten en la aplicación de descuentos en los billetes de ida y vuelta en avión o barco siempre que comporten alojamiento durante la estancia en Melilla en alguna de las modalidades de alojamiento turístico o en el domicilio de un residente en la ciudad y, además, no superen, entre las fechas de ida y vuelta, los diez días.

Para obtener la bonificación, se debe cumplimentar una única solicitud que incluya a todas las personas que viajan, aportando la documentación necesaria. Una vez obtenido el bono, directamente, cualquiera de las agencias de viajes seleccionadas en la solicitud, gestionan los billetes del viaje.

15) Bono Turístico de la Región de Murcia: Se trata de una ayuda directa que cubre el 50% del coste de los servicios subvencionables del viaje, respecto al alojamiento y el disfrute de servicios turísticos, con un máximo de 250 € IVA incluido.

16) Bono Turístico del País Vasco: se ofrece a través de un descuento de 10 € por bono siempre que las compras sean iguales o superiores a 30 €, en cualquier negocio turístico adherido y con una vigencia hasta el 4 de diciembre.

Bono Viaje de la Comunidad Valenciana, “Viatgem”: es un bono local, para personas empadronadas su Comunidad. Solo se ofrece un bono por persona en cada período de vigencia y la solicitud de los descuentos en el bono se deben realizar a través de una agencia adherida y por un mínimo de dos noches.

Las dos Comunidades Autónomas restantes no han aplicado en este período subvenciones de Bono Turístico. La Rioja lo aplicó en el año 2020 y Navarra aplica en este año 2022 subvenciones del 30% en el transporte interurbano de autobuses.

Tabla 1. Principales características de los Bonos Turísticos por Comunidad Autónoma (I):

COMUNIDADES AUTÓNOMAS 2021 - 2022	IMPORTE	OBJETIVO PRINCIPAL	ESTANCIA MÍNIMA DE NOCHES	Nº DE BONOS
ANDALUCÍA	25% - máx. 200 € por 2 noches o 500 € por 4 noches	Alojamiento	2	3/persona/año
ARAGÓN	40% IVA incluido máx. 300 €	Alojamiento, turismo y parques temáticos	2	-
ASTURIAS	85 € IVA incluido en estancias y 230 € en restaurantes o sidrerías	Alojamiento y restauración	2	3/persona/año
BALEARES	Máx. 100 €	Alojamiento	2	1/persona/año
CANARIAS, La Palma	250 €	Alojamiento, restauración y actividades	2	1/persona/año
CANARIAS, Fuerteventura	Máx. 400 € Duplica el importe inicial de 100 o 200 € del solicitante	Restauración y actividades de ocio	2	-
CANTABRIA, Santander	100 € por cada 300 € de consumo	Viajes, estancias y experiencias	1	5/persona/año
CASTILLA Y LEÓN	250 €, 500 €, 700 € - máx. 50% a 60%	Alojamiento, restauración y turismo	1	-
CASTILLA LA MANCHA	10 €, 12 €, 15 €, 20 € y 30 €, en 1-2, 3-4 y 5 estrellas, respectivamente	Alojamiento, restauración y turismo	1	-
CATALUÑA	50% - máx. 150 €	Alojamiento y turismo	1	-

CEUTA	De 60 € a 170 €	Transporte, alojamiento, restauración y actividades turísticas	-	-
EXTREMADURA	50% y 75% - máx. 200 €	Alojamiento, visitas y actividades de ocio	2	-
GALICIA	250 €, 375 € y 500 €	Alojamiento y servicios turísticos	-	1/persona/año
MADRID	50% - máx. 600 €/persona y mes	Alojamiento, restauración y actividades	1	1/persona/mes
MELILLA	De 50 € a 150 €	Traslado y alojamiento	1	-
MURCIA	50% - máx.250 €	Alojamiento y servicios turísticos	2	1/persona/año
PAÍS VASCO	Descuento de 10 €/bono por compras de 30 € - máx. 50 € en 5 bonos	Alojamiento, restauración y actividades turísticas	-	5/persona/año
VALENCIA	400 € a 600 €	Alojamiento	2	1/persona/año

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Principales características de los Bonos Turísticos por Comunidad Autónoma (II):

COMUNIDADES 2021 - 2022	FECHA INICIO	FECHA FIN	CÓMO OBTENERLO	PÚBLICO OBJETIVO
ANDALUCÍA	01/10/2020	10/01/2022	Agencias de viajes adheridas	Residentes y titulares de tarjeta de Andaluz o Andaluza
ARAGÓN	01/09/2021	20/12/2021	Agencias de viajes adheridas	Nacional
ASTURIAS	15/07/2021	30/12/2022	Al realizar la reserva en alojamiento o en agencias de viajes adheridas	Nacional
BALEARES	01/06/2022 y 01/09/2022	30/06/2022 y 15/11/2022	Agencias de viajes colaboradoras	Residentes
CANARIAS, La Palma	01/02/2022	01/12/2022	Tarjeta virtual prepago en Sede Administrativa	Residentes en España > 18 años
CANARIAS; Fuerteventura	01/09/2022	31/12/2022	Tarjeta prepago en Sede Administrativa	Residentes canarios > 18 años
CANTABRIA	01/10/2021	31/01/2022	Bono descuento en Sede Administrativa y establecimientos adheridos	Nacional

CASTILLA Y LEÓN	30/09/2021	31/05/2022	Tarjeta prepago Sede electrónica de la administración	Nacional
CASTILLA LA MANCHA	20/12/2021	19/12/2022	Establecimientos adheridos	Nacional
CATALUÑA	01/03/2022	30/04/2022	Agència Catalana de Turisme y agencias de viajes	Residentes
CEUTA	11/06/2021	10/07/2022	Empresa PROCESA	No residentes
EXTREMADURA	01/08/2021	30/06/2022	Plataforma de cada provincia	Nacional
GALICIA	01/03/2022	31/12/2022	Tarjeta prepago a través de la Sede Electrónica de la Xunta de Galicia	Residentes y residentes sanitarios
MADRID	06/11/2021	15/05/2022	Agencias de viajes y establecimientos adheridos	Nacional
MELILLA	18/03/2022	18/04/2022	Agencias de viajes y Patronato de Turismo	Residentes UE, excepto Melilla
MURCIA	15/07/2022	15/10/2022	Agencias de viajes adheridas	Nacional > 18 años
PAÍS VASCO	17/10/2022	04/12/2022	Establecimientos inscritos	Nacional
VALENCIA	20/12/2021	19/12/2022	Agencias de viajes adheridas	Residentes > 18 años

Fuente: Elaboración propia.

Tras el análisis publicado por la Comunidades Autónomas (*Véase Tabla 3*), se puede observar que han manifestado gran interés por fomentar tanto el turismo con destino nacional, como local han sido: Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Extremadura, Madrid, Melilla, Murcia y País Vasco. La excepción es Melilla que lo aplica a residentes de las Unión Europea, menos procedentes de la propiade Melilla.

La Comunidad de Castilla y León ha apostado por una importante cuantía subvencionable, llegando a 700 euros en su máximo, cubriendo el 50 o 60% de los gastos del viaje. De igual manera, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana han mostrado un gran estímulo, ofreciendo descuentos de hasta 600 euros. Seguidas, quedarían Galicia y Fuerteventura (Canarias), con 500 y 400 euros, respectivamente.

Respecto a los períodos de disfrute de los Bonos Turísticos, la mayoría de las Comunidades han abarcado en el año 2022 más de 6 meses, excepto Asturias, Castilla La Mancha y Valencia que han alcanzado el año completo.

La estancia mínima exigida en todas las Comunidades está muy equilibrada entre una y dos pernoctaciones, como se puede observar en la *Tabla 3*.

La solicitud del bono se realiza de manera general, a través de agencias de viaje y establecimientos adheridos; excepto Galicia, Extremadura, Castilla y León, La Palma (Canarias) y Fuerteventura (Canarias) que lo tramita en Sedes locales administrativas, así como Cantabria que combina estas últimas con establecimientos adheridos al programa,

Ceuta que lo realiza a través de la empresa PROCESA y Cataluña que también cuenta con Agència Catalana de Turisme.

Principalmente, el tipo de turismo en todas las Comunidades Autónomas ha tenido un objetivo cultural, de ocio y de compras.

Tabla 3. Similitudes entre las comunidades autónomas

TURISMO NACIONAL Y LOCAL	Aragón, Asturias, La Palma (Canarias), Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Ceuta, Extremadura, Madrid, Melilla, Murcia, País Vasco	
TURISMO RESIDENTES	Andalucía, Baleares, Fuerteventura (Canarias), Cataluña, Galicia, Valencia	
IMPORTE MÁX. BONO TURÍSTICO	Castilla y León	700 €
	Madrid y Valencia	600 €
	Galicia	500 €
	Canarias y Fuerteventura	400 €
	Tarjeta prepago: Canarias y Galicia	
DISFRUTADO EN TODO EL 2022	Asturias, Castilla La Mancha y Valencia	
MÍNIMO EXIGIDO 1 PERNOCTACIÓN	Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Cataluña, Madrid y Melilla	
MÍNIMO EXIGIDO 2 PERNOCTACIONES	Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Extremadura, Murcia, Valencia	
NÚMERO DE BONOS	Madrid	1/persona/mes
	Baleares, Canarias (La Palma), Galicia, Murcia, Valencia	1/persona/año
	Andalucía, Asturias	3/persona/año
	Cantabria, País Vasco	5/persona/año
SE OBTIENE EN AGENCIAS DE VIAJE/ ESTABLECIMIENTOS ADHERIDOS	Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla La Mancha, Cataluña, Madrid, Melilla, Murcia, País Vasco, Valencia	
SE OBTIENE EN SEDES LOCALES ADMINISTRATIVAS	Canarias, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Extremadura, Galicia, Melilla,	

Fuente: Elaboración propia.

Todo ello, permite contestar de manera afirmativa la primera pregunta de investigación: Q1 ¿Existen similitudes entre las principales aplicaciones de los Bonos Turísticos como estrategia de precios para promover el turismo en las Comunidades Autónomas de España, 2021 – 2022?

Se observa que la mayoría de las Comunidades, no solo destinan esta iniciativa para residentes locales, sino que también pretenden atraer el turismo nacional a sus localidades.

Asimismo, la mayoría de los bonos se materializan en una subvención monetaria o descuento de gastos del viaje, siendo tramitados a través de agencias de viajes y establecimientos adheridos. Canarias y Galicia lo especifican como tarjeta prepago.

Sin embargo, se encuentran algunas diferencias, entre las que cabe destacar, el mínimo de pernотaciones exigidas para ser poseedor y disfrutar del bono. Así, por ejemplo, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Cataluña, Madrid y Melilla, exigen solo una noche de alojamiento, mientras que, en el resto, debe ser de dos noches o más para ser beneficiario del descuento o subvención.

También destaca el número de bonos que se pueden disfrutar por persona y año. En el caso de Baleares, Canarias (La Palma), Galicia, Murcia y Valencia es de un bono anual por persona; para Andalucía y Asturias se amplía a 3 bonos; y para Cantabria y País Vasco llega a cinco bonos. El caso de la Comunidad de Madrid destaca por ser mensual su adjudicación, es decir, se puede solicitar y disfrutar de un bono por persona al mes.

4.2. Impacto y consecuencias de los Bonos Turísticos en la reactivación el sector turismo en la Comunidad de Madrid, 2021 - 2022.

De manera general, las Comunidades Autónomas realizan un recuento positivo de la implementación de los Bonos Turísticos. Aunque, gran parte de la información en alguna de ellas no se ha publicado todavía o no aparece accesible, hemos podido obtener algunos resultados, entre los que destacan los siguientes (*Véase Tabla 4*):

- En Andalucía los Bonos Turísticos han concedido 120.000 alojamientos y unos ingresos para el sector de 22,5 millones de euros. Para ello, la inversión estuvo por encima del millón de euros.
- En Aragón, tras una inversión de 1,8 millones se han obtenido reservas de alojamientos por encima de los 10.600. Cuenta con alrededor de 159 empresas adheridas al programa.
- En Asturias, la inversión del Principado para Bonos Turísticos, Bonos Culturales y bonos destinados, exclusivamente, a jóvenes ha sido de 3,6 millones de euros. En total cuenta con 2.115 empresas adheridas al programa.
- En Baleares, el desarrollo de la actividad turística ha aumentado un 30%, tras la entrega de 2.000 bonos que han supuesto una inversión de 200.000 euros, partida que espera repetir en el próximo año 2023.
- En las Islas Canarias, según la información ofrecida por el Gobierno regional, la estrategia del bono turístico en La Palma ha generado una actividad económica de 20,8 millones en el sector turístico de Canarias. El gasto medio por bono ha sido de 533 euros, donde 200 euros ha aportado el Gobierno y 333 euros los residentes. Así, por cada euro aportado por la Consejería, los consumidores residentes tuvieron un gasto de 1,67 euros. Cuenta con más de 900 empresas adheridas entre las que más de 180 son agencias de viajes y, alrededor de 750 son alojamientos.

En La Palma, la iniciativa ha sido cofinanciada por la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias y la Secretaría de Estado de Turismo con un presupuesto de 5,6 millones de euros invertidos en 20.000 bonos. Este desarrollo ha aportado más de 1 millón de euros en las empresas en apenas cuatro meses, con un impacto de 860.000 euros en un solo mes.

Por su parte, Fuerteventura cuenta con una inversión inicial de 800.000 euros, un impacto directo de 1.600.000 euros y más de 30.000 solicitantes.

- En Cantabria, esta iniciativa ha generado una inyección económica de, alrededor, de 644.000 euros en el sector. Según la Concejalía de Turismo se han hecho efectivos 2.856 bonos por un valor de 209.501 euros (abril, 2022). Han participado 14.680 clientes registrados, que han hecho efectivos 2.856 bonos por un valor de 209.501 euros. Una vez canjeados estos, han promovido un gasto de 643.913 euros (225,46 €/bono) en 36 empresas de la ciudad. La mayor parte en alojamientos turísticos, 2.695 reservas, seguido de las empresas de experiencias turísticas y agencias.
- En Castilla La Mancha, el Gobierno regional se ha centrado en gran parte en las Ayudas al Arrendamiento y el Bono Alquiler Joven, para lo cual dispuso una partida de 6,3 millones de euros en la provincia de Albacete. Cuenta con alrededor de 375 empresas adheridas al programa.
- En Castilla y León, donde la inversión ha sido de 2 millones de euros, se espera recaudar más de 4 millones entre la parte subvencionada (inversión de 2 millones) y la aportada por cada uno de los solicitantes, la cual deriva de 7.000 bonos emitidos y repartidos.
- En Cataluña, la Agència Catalana de Turisme destina 1,5 millones de euros a esta iniciativa. Cuenta con 250 empresas adheridas al programa.
- En Ceuta, se dota un presupuesto de 600.000 euros para llevar a cabo estas ayudas al turismo europeo. La primera previsión en el año 2022 refleja un aumento en el número de viajeros en más del 72% con respecto al año anterior.
- En Extremadura, la Diputación de Cáceres y la Junta de Extremadura dotaron una inversión de un millón de euros para este tipo de iniciativa. En la provincia de Cáceres las empresas adheridas al programa ascienden a 220 de alojamiento, 20 de actividades turísticas y 14 agencias de viajes.
- En Galicia, la apuesta por la reactivación del sector turismo ha supuesto en el año 2021 una inversión de 120 millones de euros, de los cuales 3,4 millones se han consignado a los Bonos Turísticos, a partir de septiembre de 2021. El resto se han destinado a diferentes ayudas, a través de planes de rescate mediante pagos a la hostelería.

Según la información de la Xunta, esta iniciativa ha disminuido la estacionalidad de la oferta al término del verano y se han aumentado la rentabilidad y, los resultados económicos y empresariales.

El mayor consumo de bonos (gasto) alcanzó los 1,5 millones de euros en noviembre de 2021 y 1 millón de euros en octubre.

También cabe destacar que, durante la primera semana de diciembre de 2021, se lograron 655.300 euros, de los que más de 583.500 se deben a los días festivos del puente de la Constitución.

- En la Comunidad de Madrid, se puso en marcha la iniciativa de los bonos turísticos en 2021 con la previsión de atraer a más de 40.000 nuevos viajeros a la

región y generar alrededor de 120.000 pernoctaciones. Un mes después de su lanzamiento, se había tramitado más del 12% de los 5 millones de euros destinados como inversión a poner en marcha esta estrategia. En concreto, se ejecutaron más de 636.203 euros, lo que supuso una previsión de gasto inducido de casi 1,3 millones de euros y un impacto económico de 14,8 millones de euros en la actividad turística.

- En Melilla, tras agotarse el presupuesto de 1,5 millones de euros destinado a los Bonos Turísticos, se dotó una nueva cuantía fuera de presupuesto de 666.666 euros, limitando a 10 días la estancia subvencionada en la ciudad.
- En Murcia, con 4.600 bonos entregados se consiguieron 11.000 pernoctaciones y un volumen de actividad económica de dos millones de euros.
- En el País Vasco, con una dotación de dos millones de euros se lanzaron 481.789 Bonos Turísticos, lo que supuso un volumen en su actividad económica de 14 millones de euros. Cuenta con más de 2.000 empresas y establecimientos adheridos al programa.
- En Valencia, el Bono Turístico “Viatgem”, ha supuesto una inversión de alrededor de ocho millones de euros, con lo que ha puesto en circulación más de 20.000 bonos turísticos, beneficiando de dichos bonos a más de 180.000 personas. Cuenta con más de 1.000 empresas turísticas adscritas al programa.

Tabla 4. Impacto de los bonos turísticos en los destinos de la Comunidad de Madrid en 2021-2022.

COMUNIDADES 2021 - 2022	INVERSIÓN (€)	ALOJAMIENTOS	ACTIVIDAD ECONÓMICA (€)	Nº EMPRESAS ADHERIDAS
ANDALUCÍA: "BONOTUR"	> 1 millón	120.000	22,5 millones	-
ARAGÓN	1,8 millones	10.694	-	159
ASTURIAS	3,6 millones	-	-	2.115
BALEARES	200.000 €	-	↑ 30%	-
CANARIAS, LA PALMA	5,6 millones	750	20,8 millones	> 900
CANARIAS, FUERTEVENTURA	800.000	-	1.600.000	-
CANTABRIA, SANTANDER	-	2.695	644.000	36
CASTILLA Y LEÓN	2 millones	-	4 millones	-
CASTILLA LA MANCHA	-	-	-	375
CATALUÑA	1,5 millones	-	-	250
CEUTA	600.000 €	-	-	-

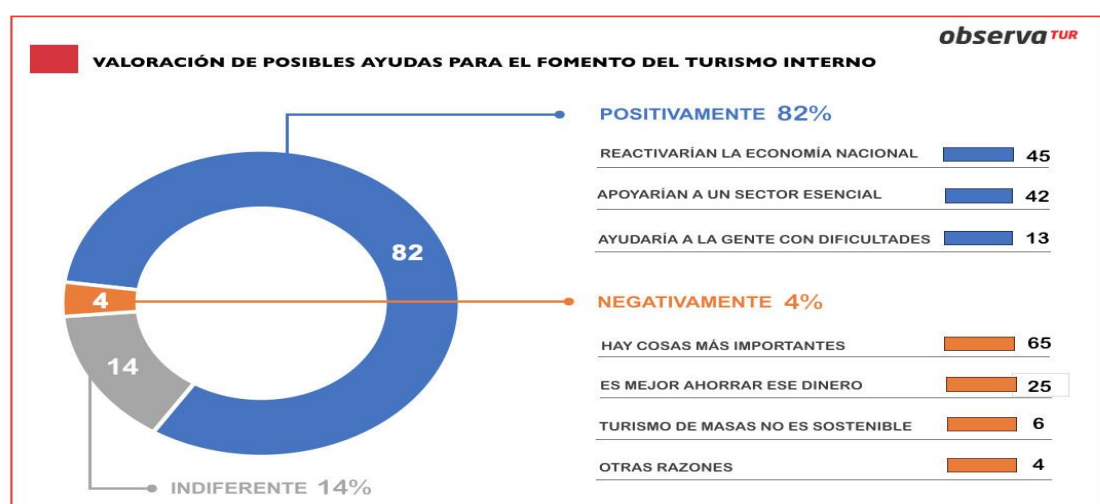
EXTREMADURA: CÁCERES	1 millón	-	-	220
GALICIA	3,4 millones	-	-	-
MADRID	5 millones	120.000	14,8 millones	-
MELILLA	1,5 millones	-	-	-
MURCIA		11.000	2 millones	-
PAÍS VASCO	2 millones	-	14 millones	> 2.000
VALENCIA: "Viatgem"	8 millones	> 60.000	-	> 1.000

Fuente: Elaboración propia.

Como se ha observado a lo largo de la investigación, la estrategia del Bono Turístico ha supuesto una inyección económica a las empresas del sector. Desde que se introdujo esta herramienta de ayuda al sector turístico en 2020, año de la pandemia, las reacciones y críticas a esta iniciativa eran muy favorables, siendo considerada entre las posibles ayudas para el fomento del turismo español (*Véase figura 1*).

El 82% de los españoles valoraban positivamente las ayudas, el 45% consideraba que reactivaban la economía nacional y el 42% pensaba que apoyaba a este sector del turismo, aunque existía un 13% que no creía que pudiera ayudar a personas con dificultades en ese momento.

Figura 1. Resultados de la encuesta sobre la satisfacción de las ayudas para la reactivación del turismo interno en España en 2020



Fuente: ObservaTUR.

Todo ello, permite contestar de manera afirmativa la segunda pregunta de investigación: Q2 ¿Hay una influencia en el impacto de los Bonos Turísticos en la reactivación del sector turismo en la Comunidad de Madrid, 2021 – 2022?

Como se ha podido observar, Comunidades como la de Andalucía, Baleares, Canarias, Castilla y León, Madrid o País Vasco han obtenido importantes rendimientos

en su actividad económica tras llevar a cabo la iniciativa de los Bonos Turísticos. Con la información publicada, se contempla un aumento en el número de viajeros considerable. Ciertamente es que se estaría comparando con el año 2020, año de la pandemia, pero es importante resaltar que, según previsiones de gran parte de las Comunidades, la recuperación está siendo rápida y se esperan alcanzar los niveles del año anterior, 2019, tras finalizar este año actual 2023.

Este es uno de los motivos por el cual las Comunidades siguen dotando partidas presupuestarias para este fin para el próximo año, lo que hace que las inversiones que realizan, como se observa en la *Tabla 4*, sean significativas.

Asimismo, el número de empresas adheridas al programa de Bonos Turísticos es considerable, creciendo en las previsiones para futuras convocatorias, al igual que el número de alojamientos, donde gran parte del aumento, proviene, tal y como informan algunas Comunidades, como Andalucía, Cataluña, Ceuta, Madrid o Murcia, de esta iniciativa de reactivación del sector turismo.

Sin embargo, cabe destacar que, actualmente, las compañías patrocinadoras del ObservaTUR, (Amadeus, AON, Beroni, IAG7 Viajes-Airmet Iberia, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación y la Asociación Nacional de Agencias de Viajes) están poniendo en duda de la eficacia real del actual sistema de bonos turísticos. Se apuesta por las ayudas directas a las empresas turísticas en un futuro.

4.3. Evaluación de cómo los diferentes agentes valoran esta herramienta.

En función de los resultados obtenidos en las primeras 27 respuestas a las encuestas realizadas a diferentes agentes del sector turismo, podemos afirmar que el 77,8% manifiesta que su establecimiento participa en la iniciativa de Bonos Turísticos de la Comunidad de Madrid. Y del 22.2% restante, el 7,4% estaría interesado en participar en nuevas convocatorias, el 18,5% no lo estaría y el 74,1% no se define.

Prácticamente, todos los cuestionarios han sido respondidos por hoteles, que cuentan entre 10 y 50 empleados, con una cifra de negocio entre los 2 y 10 millones de euros y donde predominan aquellos ubicados en el área de Madrid Metropolitana. La gran mayoría de respuestas, un 62,5%, se ha obtenido del género masculino español, quedando un 16,7% que prefería no contestar. La edad está comprendida entre los 46 y 55 años, en su mayoría con una formación de grado y posgrado o Doctorado, con puestos en Dirección.

Para analizar los siguientes resultados, respecto a los establecimientos encuestados adheridos a este programa, sobre el impacto que han experimentado partimos de las siguientes medidas en las variables:

1	Reducción significativa	Mayor al 10%
2	Reducción moderada	Entre el 1 y 10%
3	No variación	Alrededor del 0%
4	Aumento moderado	Entre el 1% y 5%
5	Aumento significativo	Mayor al 5%

Tabla 5. Resultado de las encuestas realizadas a diferentes agentes sobre el impacto de los bonos turísticos en la Comunidad de Madrid en 2021-2022 (%).

	1 ▼ (> 10%)	2 ▼ (1% - 10%)	3 (+/- 0%)	4 ▲ (1% - 5%)	5 ▲ (> 5%)
Nº DE VISITANTES	-	-	14,3	66,7	19,0
ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO	-	5,0	55,0	35,0	5,0
VOLUMEN DE INGRESOS	-	9,5	19,0	61,9	9,5
TARIFAS DE PRECIOS	4,8	4,8	52,4	38,1	-
HETEROGENEIDAD DEL PÚBLICO	-	14,3	52,4	28,6	4,8
Nº DE EMPLEADOS	-	-	95,2	-	4,8
CALIDAD DEL SERVICIO	-	-	81,0	19,0	-
HUELLA ECOLÓGICA	-	10,0	80,0	10,0	-
COSTES	-	4,8	85,7	4,8	4,8
INNOVACIÓN	-	-	81,0	14,3	4,8

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la *Tabla 5*, respecto a las variables mencionadas, se puede concluir que:

- El número de visitantes ha sufrido un aumento significativo para el 19% de los establecimientos y moderado para el 66,7% de los mismos. El resto de los establecimientos no han sufrido cambios al respecto.
- La estacionalidad del negocio ha tenido un aumento significativo en el 5% de las empresas, moderado en el 35% de las mismas y nulo en el 55%. Para el 5% restante, sin embargo, ha supuesto una disminución de entre el 1 y 10%.
- El volumen de ingresos ha sentido un aumento significativo en el 9,5% y moderado para el 61,9%. De los establecimientos restantes, el 19% no ha sufrido ningún tipo de variación y el 9,5% ha visto reducidos moderadamente sus ingresos.
- Las tarifas de precios no han sido modificadas por el 52,4% de los establecimientos participantes, sin embargo, el 38,1% afirma haber aumentado moderadamente entre el 1 y 5% sus tarifas. El restante 9,6% queda dividido por partes iguales con reducciones entre el 1 y 10% o mayores.
- La heterogeneidad del público se ha mantenido en su gran mayoría (52,4%) aunque han existido aumentos moderados del 28,6%.
- El número de empleados se ha mantenido en el 95,2% de los casos.
- La calidad del servicio solo se ha visto aumentada de manera moderada en el 19% de los establecimientos adheridos.

- La huella ecológica ha mostrado un 10% tanto de aumento como de reducción en diferentes establecimientos, quedando el resto sin variación.
- Los costes en estas empresas se han visto inalterados en el 85,7% de los casos, teniendo un 4,8% tanto de aumento en unas empresas como de reducción en otras.
- La innovación en la actividad normal de períodos anteriores solo se ha visto aumentada moderadamente en el 14,3% de los casos.

Las opiniones sobre el impacto de los Bonos Turísticos han sido en su gran mayoría positivas, resaltando la ayuda que esta iniciativa ha prestado en momentos difíciles como el sufrido con la pandemia y en temporadas bajas. Asimismo, se destaca una mayor presencia del segmento familias en la demanda de estos servicios (véase *Tabla 6*). Solo el 7,4% no cree que haya tenido un gran impacto en el sector hotelero.

Tabla 6. Comentarios sobre el impacto de los bonos turísticos en la actividad de los establecimientos adheridos

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
92,60%	7,4%

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en la siguiente *Tabla 7*, la valoración general obtenida sobre esta iniciativa de “Bonos Turísticos” en la Comunidad de Madrid ha sido valorada en su máxima puntuación por el 28% de los encuestados, seguido de un 40%, siendo la valoración mínima considerada por el 8%.

Tabla 7. Valoración general sobre la iniciativa de bonos turísticos

	1 Mínimo	2	3	4	5 Máximo
VALORACIÓN GENERAL	8%	8%	16%	40%	28%

Fuente: Elaboración propia.

Por tanto, partiendo de los datos recogidos en la *Tabla 5*, se puede afirmar, aunque de manera parcial, la pregunta Q3 ¿La valoración de esta herramienta de reactivación del sector turismo en España a través de encuestas realizadas a diferentes agentes puede corroborar la anterior hipótesis, donde se reflejaba influencia en el impacto de los Bonos Turísticos en la reactivación del sector turismo en la Comunidad de Madrid, 2021 – 2022? Ya que como observamos, aunque el mayor porcentaje se encuentra en valoraciones positivas, no queda muy claro el consenso en las respuestas respecto a la valoración de llevar a cabo esta iniciativa y la valoración del impacto que han tenido los Bonos Turísticos en las empresas colaboradoras.

Todo ello, nos lleva a plantearnos una futura investigación que desvele si se han conseguido o no las expectativas iniciales que las Comunidades Autónomas tenían

cuando se plantearon esta iniciativa de reactivación para el sector Turismo y si todas ellas han rentabilizado la inversión que dotaron para tal fin.

5. CONCLUSIONES

Este análisis ha permitido afirmar que el Bono Turístico como herramienta de reactivación en el sector turismo en España ha representado una inyección económica importante para las Comunidades Autónomas. La actividad económica en algunas Comunidades, como Andalucía, Canarias, Madrid y País Vasco, ha superado los 14 millones de euros, cifra que no se alcanzaba desde el año 2019. Ello ha provocado que cada vez sea mayor el número de establecimientos y empresas adheridas a los programas de cada Comunidad Autónoma.

Esta iniciativa, que se ha mantenido desde el año del COVID 19, ha guardado ciertas similitudes entre las Comunidades Autónomas. La gran parte de los bonos consisten en una subvención monetaria o descuento de gastos del viaje. Los servicios más demandados han sido las pernoctaciones y alojamientos en hoteles, donde el requisito mínimo de estancia variaba entre una o dos noches. La forma de obtener el Bono Turístico se debía realizar a través de agencias de viajes adheridas al programa. Y, el tipo de turismo promovido y que más se ha llevado a cabo ha tenido un objetivo cultural, de ocio y de compras.

No obstante, existen algunas diferencias a destacar, como el público objetivo para el que ha sido destinado en Bono en cada Comunidad. En Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Extremadura, Madrid, Melilla, Murcia y País Vasco se ha destinado tanto a nivel nacional como local, quedando en el resto de las Comunidades, exclusivamente para residentes de las mismas. De igual manera, el número de bonos a disfrutar por persona ha sido diferente, pasando de un bono por persona al año, hasta un bono por persona al mes.

Respecto a la evaluación de cómo los diferentes agentes valoran esta herramienta, el 77,8% de los encuestados han afirmado participar en esta iniciativa y el 7,4% muestra interés por participar en siguientes convocatorias.

Cabe resaltar el aumento que ha conllevado en el número de visitantes y en el volumen de ingresos, superando el 60% en ambos casos; así, como el aumento de la estacionalidad del negocio y el aumento en las tarifas de precios, los cuales han crecido por encima del 30% tras aplicar esta iniciativa.

Los comentarios positivos sobre el impacto de los bonos turísticos en la actividad de estos establecimientos adheridos ha sido del 92,60%, destacando el apoyo que ha sido tras la caída de este sector en época de pandemia y la ayuda en temporadas bajas. De ahí, que la valoración general sobre esta iniciativa de Bonos Turísticos haya sido calificada por encima de la media en un 84%. Esto, ayuda a corroborar parcialmente nuestra tercera pregunta de investigación, reflejando que, efectivamente, los Bonos Turísticos han tenido impacto en la reactivación del sector turismo de la Comunidad de Madrid en 2021-2022, siendo, en este caso, un impacto positivo en su mayor parte.

BIBLIOGRAFÍA

- Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears. (2022). *Bonus Turístic 2022*.
<https://bonusturistic.illesbalears.travel/es/>
- Agent Travel. (2020, October 13). *Agenttravel.es - NotiAndalucía plantea ampliar el Bono Turístico con acuerdos con otras comunidades y países*.
https://www.agenttravel.es/noticia-039452_Andalucia-plantea-ampliar-el-Bono-Turistico-con-acuerdos-con-otras
- Alonso, J. (2022, September 15). *La DGA condiciona ahora la nueva convocatoria de los bonos turísticos a la evolución del sector*. *Heraldo*.
<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2022/09/15/dga-condiciona-ahora-nueva-convocatoria-bonos-turisticos-evolucion-sector-1599698.html>
- Benedito, I. (2021, January 20). *El peso del turismo en el PIB se hunde del 12,4% al 4,3% en 2020*. *Expansión.Com*.
<https://www.expansion.com/economia/2021/01/20/60073732468aeb20788b463c.html>
- Castilla-La Mancha. (2022). *Bono Turístico Castilla-La Mancha*.
<https://www.bonoturisticoclm.es/>
- Celis, F. N., Covarrubias, R. A., Velazco, F. M., & Rocha, N. P. H. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI (1), 77-90.
- Ciudad Autónoma de Ceuta. (2023). *Programa de bonificación a no residentes que utilicen el transporte aéreo entre la península y Ceuta*.
<https://www.ceuta.es/ceuta/18-paginas/destacados/4254-programa-de-bonificaci%C3%B3n-a-no-residentes-que-utilicen-el-transporte-a-%C3%A9reo-entre-la-pen%C3%ADnsula-y-ceuta>
- Consejero de Turismo, Comercio y Consumo (ORDEN de 2 de marzo de 2021). Segunda modificación de la Orden de 28 de julio de 2020, por la que se regula y convoca para 2020 el programa «Euskadi Turismo Bono» de estímulo al consumo en establecimientos de los sectores turísticos, de restauración y hostelería de la Comunidad Autónoma del País Vasco. - Boletín Oficial del País Vasco de 11-03-2021. <https://www.euskaditurismobono.eus/es>.
- el Diario. (2022, February 16). *El bono turístico andaluz, un éxito para la Junta, pero “dolor de cabeza” para agencias de viajes y ciudadanía*.
https://www.eldiario.es/andalucia/bono-turistico-andaluz-exito-junta-dolor-cabeza-agencias-viajes-ciudadania_1_8737977.html
- el País. (2022, August 31). *El sector turístico recibirá otros ocho millones de euros con el reparto en septiembre del bono Viatgem*. <https://elpais.com/espana/comunidad-valenciana/2022-08-31/el-sector-turistico-recibira-otros-ocho-millones-de-euros-con-el-reparto-en-septiembre-del-bono-viatgem.html>
- EuropaPress. (2022a). *La DPT financia una nueva oferta de bonos turísticos para disfrutar de los balnerarios turolenses*. <https://www.europapress.es/aragon/noticia-dpt-financia-nueva-oferta-bonos-turisticos-disfrutar-balnerarios-turolenses-20220706163000.html>

- EuropaPress. (2022b). *La Comunidad no se plantea recuperar bonos turísticos, aunque no descarta otras acciones de impulso al turismo nacional*.
<https://www.europapress.es/madrid/noticia-comunidad-no-plantea-recuperar-bonos-turisticos-no-descarta-otras-acciones-impulso-turismo-nacional-20221208105948.html>
- Extremadura Turismo. (2022). *Bonos Turísticos de Extremadura*.
<https://www.turismoextremadura.com/es/Bonos-Turisticos.html>
- Gobierno de Aragón. (2023). *Bono Turístico Aragonés para incentivar la demanda de servicios turísticos, como consecuencia del Covid-19*.
<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/bono-turistico-aragones-para-incentivar-la-demanda-de-servicios-turisticos-como-consecuencia-del-covid-19>
- Gobierno de Canarias. (2022a, March 3). *Turismo de Canarias distribuye los primeros 4.500 bonos para incentivar los viajes a La Palma*.
<https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/tag/bono-turistico/>
- Gobierno de Canarias. (2022b, July 7). *El Bono Turístico La Palma inyecta más de un millón de euros en las empresas de la isla en solo cuatro meses*.
<https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/el-bono-turistico-la-palma-inyecta-mas-de-un-millon-de-euros-en-las-empresas-de-la-isla/>
- Gobierno de Cantabria. (2021, April 23). *Más de 900 establecimientos se han adherido a la campaña ‘Más x menos’ impulsada por la Consejería de Comercio para apoyar al sector*. https://www.cantabria.es/detalle/-/journal_content/56_INSTANCE_DETALLE/16413/14061190
- Gobierno de España. (2020). *Plan de Impulso para el Sector Turístico*.
https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf
- Guijarro Tarradellas, E., & Miguel Molina, M. del R. de. (2014). *El Marketing Social*.
<https://riunet.upv.es/handle/10251/39432>
- HOSTELTUR. (2021a, April 22). *ObservaTUR califica de “parche” el sistema de bonos y pide ayudas directas*. https://www.hosteltur.com/143667_observatur-califica-de-parche-el-sistema-de-bonos-y-pide-ayudas-directas.html
- HOSTELTUR. (2021b, June 11). *Sorpresas en el comportamiento del turista pospandemia*. https://www.hosteltur.com/144781_sorpresas-en-el-comportamiento-del-turista-pospandemia.html
- HOSTELTUR. (2021c, November 2). *Madrid espera un impacto económico de 14,8 M € con los bonos turísticos | Economía*. https://www.hosteltur.com/147684_madrid-espera-un-impacto-economico-de-148-m-con-los-bonos-turisticos.html
- HOSTELTUR. (2021d, December 18). *Bonos turísticos de Madrid, ¿en qué mercados tienen más tirón?* https://www.hosteltur.com/148697_bonos-turisticos-de-madrid-en-que-mercados-tienen-mas-tiron.html
- HOSTELTUR. (2021e, December 27). *Cómo impactan los bonos turísticos en los destinos*. https://www.hosteltur.com/148824_como-impactan-los-bonos-turisticos-en-los-destinos.html
- HOSTELTUR. (2022a, February 19). *Cataluña lanza bonos turísticos de hasta 150 euros*. https://www.hosteltur.com/149969_cataluna-lanza-bonos-turisticos-de-hasta-150-euros.html

- HOSTELTUR. (2022b, August 16). *Baleares aplaza los bonos turísticos por la alta ocupación hotelera*. https://www.hosteltur.com/152922_baleares-aplaza-los-bonos-turisticos-por-la-alta-ocupacion-hotelera.html
- INE. (2023). *Cuenta satélite del turismo de España*. <https://www.dataestur.es/economia/cst/>
- Junta de Andalucía. (2023). *Subvenciones en materia de turismo: Bono Turístico de Andalucía (BONOTUR)*. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/justiciaadministracionlocalyfuncionpublica/servicios/procedimientos/detalle/23299.html>
- Kotler, P., García de Madariaga, J., Flores, J. Bowen, J. y Makens J. (2011). *Marketing Turístico*. Pearson Educación.
- Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2021), *Marketing 5.0*. Editorial Lid.
- la Opinión de Murcia. (2022, June 3). *La Comunidad ‘colocó’ 2.756 de sus bonos turísticos a visitantes*. <https://www.laopiniondemurcia.es/comunidad/2022/06/03/comunidad-coloco-2-756-bonos-66842564.html>
- la Provincia. (2022, August 31). *Bono turístico Fuerteventura 2022: ¿Cuándo puedo gastarlo y en qué negocios?* <https://www.laprovincia.es/fuerteventura/2022/08/31/bono-turistico-fuerteventura-2022-gastarlo-74838645.html>
- Ministerio de Industria, C. y T. (n.d.). *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Retrieved January 23, 2023, from: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>.
- Ribés, B. (2021, October 8). *El turismo post Covid: viajes más cortos y fuera de temporada alta*. <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2021/10/08/616056a4e4d4d857278b458c.html>
- Salvador Vital, J. (2022, August 2). *Bono Turístico 2022 en España por Comunidades Autónomas*. <https://ayudas-subsvenciones.es/blog/bono-turistico-2021-la-manera-de-incentivar-el-turismo-en-espana/#Bono-turistico-de-Madrid-2022>
- Tribuna de Salamanca. (2021). *Los bonos turísticos de Castilla y León “vuelan” y están cerca de agotarse: cómo conseguirlos*. <https://www.tribunasalamanca.com/noticias/28794/los-bonos-turisticos-de-castilla-y-leon-vuelan-y-estan-cerca-de-agotarse-como-conseguirlos>
- Turismo de Canarias. (2022, July 7). *El Bono Turístico La Palma inyecta más de un millón de euros en las empresas de la isla en solo cuatro meses*. <https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/el-bono-turistico-la-palma-inyecta-mas-de-un-millon-de-euros-en-las-empresas-de-la-isla/>
- Turismo en la Red. (2021, October 27). *Nuevos “Bonos Turísticos” para disfrutar la Provincia de Cáceres de forma económica*. <https://www.turismoenlared.es/nuevos-bonos-turisticos-para-disfrutar-la-provincia-de-caceres-de-forma-economica/>
- Valls, J.F (1996). *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el entorno*. Ediciones Deusto.
- Valls, J.F (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ediciones Gestión 2000.com. ISBN: 9788480885003.

Webs de la Comunidades Autónomas de España:

- <https://actualidad.larioja.org/>
- <https://comunicacion.jcyl.es/web/es/comunicacion-junta-castilla-leon.html>
- <https://turismodeislascanarias.com/es/>
- <https://web.gencat.cat/ca/actualitat>
- www.asturias.es
- www.caib.es
- www.carm.es
- www.castillalamancha.es/actualidad/notasdeprensa
- www.ceuta.es/gobiernodeceuta
- www.comunidad.madrid/notas-prensa
- www.euskadi.eus/gobierno-vasco/inicio/
- www.gva.es/va/inicio/area_de_prensa
- www.juntadeandalucia.es
- www.juntaex.es/comunicacion/inicio
- www.melilla.es
- www.navarra.es/es/noticias
- www.turismodearagon.com
- www.turismodecantabria.com/inicio
- www.xunta.gal/hemerotecahttps://www.cantabria.es/detalle//journal_content/56_INSTANCE_DETALLE/16413/14061190

ANEXOS

ANEXO I: CUESTIONARIO

A raíz de los problemas inducidos por la pandemia de la Covid-19 a partir de marzo de 2020 en el sector turismo, las Comunidades Autónomas comenzaron a desarrollar diferentes estrategias de precios para la reactivación de este sector, entre las que se encuentran, los “Bonos Turísticos”.

En ese contexto un grupo de investigadores de la Universidad Autónoma de Madrid está analizando el grado de impacto de esta iniciativa en la actividad empresarial en la Comunidad de Madrid. Para ello, ha elaborado el presente cuestionario para ser cumplimentado por profesionales conocedores del sector turismo entre los que se encuentra usted; siendo fundamental que responda a las preguntas siguientes, no llevándole más de cuatro minutos hacerlo.

Asimismo, le garantizamos el secreto estadístico y que la información será tratada de manera agregada.

PREGUNTAS VINCULADAS AL IMPACTO DE LOS BONOS TURÍSTICOS

1) ¿Su establecimiento participa en esta iniciativa de “Bonos Turísticos?”

- 1) NO
- 2) Sí (si elige esta opción pase a la pregunta 3)

2) Si su respuesta ha sido NO a la pregunta 1, ¿le gustaría participar en próximas convocatorias? Después de responder a esta pregunta, pase a la página siguiente de Preguntas de Identificación.

- 1) NO
- 2) Sí

3) Si su respuesta ha sido SÍ en P1, por favor continúe respondiendo las preguntas siguientes sobre los impactos de los Bonos Turísticos en diferentes aspectos, mostrando lo que dicha estrategia de precios ha supuesto en cada aspecto que se menciona:

- 1 una reducción significativa (mayor al 10%)
- 2 una reducción moderada (entre el 1% y el 10 %)
- 3 no variación (alrededor del 0%)
- 4 aumento moderado (entre el 1% y el 5 %)
- 5 un aumento significativo (mayor al 5%)

	1	2	3	4	5
1. El número de visitantes					
2. Estacionalidad de su negocio					
3. El volumen de ingresos					
4. En las tarifas de precios					
5. En la heterogeneidad del público					
6. El número de empleados					
7. La calidad del servicio					
8. La huella ecológica o huella medioambiental, entendiendo por ello, la forma de medir el impacto que la humanidad ejerce sobre el planeta					
9. Los costes					
10. Las innovaciones en su actividad					

Comentarios sobre el impacto de los Bonos Turísticos:

4) Valoración General:

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Valore la iniciativa de empleo de los bonos turísticos, siendo 1 la valoración mínima y 5 la valoración máxima					
--	--	--	--	--	--

PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN

5) Sector de su empresa:

- 1) Alojamiento.
- 2) Restauración.
- 3) Museos.
- 4) Otros (especifique):

6) Número de empleados de su establecimiento:

- 1) Menos de 10 empleados.
- 2) Entre 10 y 50 empleados.
- 3) Entre 51 y 100 empleados.
- 4) Entre 101 y 249 empleados.
- 5) Más de 250 empleados.

7) Nivel de ingresos anuales de su entidad:

- 1) Menos de 2 millones de euros.
- 2) Entre 2 y 10 millones de euros.
- 3) Entre 10 y 30 millones de euros.
- 4) Entre 30 y 50 millones de euros.
- 5) Más de 50 millones de euros.

8) Localización de la COMUNIDAD DE MADRID de su establecimiento según la división por territorios turísticos de la misma:

- 1) Sierra Norte.
- 2) Sierra de Guadarrama.
- 3) MISECAM (Mancomunidad Intermunicipal del Sudeste de la CAM).
- 4) Sierra Oeste.
- 5) Municipio de Madrid o Área Metropolitana.

9) Género:

- 1) Masculino.
- 2) Femenino.
- 3) Prefiero no contestar.

10) Nivel de estudios:

- 1) Formación Básica.
- 2) Secundaria o FP grado medio.
- 3) Bachillerato o FP grado superior.
- 4) Grado universitario o equivalente.
- 5) Posgrado o Doctorado.

11) Edad:

- 1) < 25 años.
- 2) 25-35 años.
- 3) 36-45 años.
- 4) 46-55 años.
- 5) > 55 años.

12) Puesto en la entidad

- 1) Trabajador/Técnico de un departamento o área.
- 2) Jefe o responsable de un departamento o área.
- 3) Directivo.

13) Nacionalidad:

ANEXO II: ESTABLECIMIENTOS ADHERIDOS AL BONO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

ALCALÁ DE HENARES:

EL SUEÑO DEL QUIJOTE.

HOSTEL COMPLUTUM.

HOTEL CAMPANILE MADRID-ALCALÁ.

HOTEL EL BEDEL.

HOTEL IBIS ALCALÁ LA GARENA.

HOTEL ISLA DE LA GARENA.

HOTEL RESTAURANTE MIGUEL DE CERVANTES.

PARADOR DE ALCALÁ DE HENARES.

ALCOBENDAS:

HOTEL HAMPTON BY HILTON ALCOBENDAS.

ARANJUEZ:

CAMPING INTERNACIONAL ARANJUEZ.

POSADA DE LA COSTURERA.

ARGANDA DEL REY

COMPLEJO LA CIGÜEÑA.

BECERRIL DE LA SIERRA

CASA RURAL EL TÍO MAINO.

BRAOJOS

ALOJAMIENTOS LA ERILLA.

CABANILLAS DE LA SIERRA

CAMPING D'OREMOR.

CANENCIA

ALOJAMIENTOS RURALES SIERRA NORTE.

CHINCHÓN

PARADOR DE CHINCHON.

COLLADO VILLALBA

HOTEL FC VILLALBA.

HOTEL GALAICO, S.L.

COLMENAR DE OREJA

CASA RURAL LOS TINAJONES.

LA ENCOMIENDA DE OREJA.

GARGANTILLA DEL LOZOYA Y PINILLA DE BUITRAGO

MONTE HOLIDAY ECOTURISMO.

LAS ROZAS DE MADRID

GRAN HOTEL ATTICA21 LAS ROZAS.

LOS MOLINOS

CASA CARINA.

LOZOYA

CICLOLODGE EL NEVERO.

LOZOYUELA-NAVAS-SIETEIGLESIAS

LAS CASA DE ÁNGELA.

MADRID

60BALCONIES.

60BALCONIES URBAN STAY.

APARTOSUITES JARDINES DE SABATINI.

ATOCHA HOTEL TAPESTRY BY HILTON.

AXOR BARAJAS.

AXOR FERIA.

BARCELO EMPERATRIZ.

CATALONIA ATOCHA.

CATALONIA GOYA.

CATALONIA GRAN VIA.

CATALONIA LAS CORTES.

CATALONIA PLAZA MAYOR.

CATALONIA PUERTA DEL SOL.

COMPOSTELA SUITES.

DOUBLETREE BY HILTON MADRID PRADO.

ESPAHOTEL BASILICA.

ESPAHOTEL GRAN VIA.

ESPAHOTEL PLAZA DE ESPAÑA.

GRAN CENTRAL SUITES.

GRAN HOTEL INGLÉS.
H10 TRIBECA HOTEL.
HOLIDAY INN MADRID LAS TABLAS.
HOSPES PUERTA DE ALCALÁ 5*.
HOSTAL ABADÍA.
HOSTAL ACAPULCO.
HOSTAL ANTON MARTIN.
HOSTAL CERVELO.
HOSTAL PERSAL.
HOSTAL SAN LORENZO.
HOSTAL SOL SQUARE.
HOTEL ABALÚ.
HOTEL ABBA MADRID.
HOTEL AC CARLTON BY MARRIOTT.
HOTEL AGUMAR.
HOTEL ARTRIP.
HOTEL BARCELÓ TORRE DE MADRID.
HOTEL BEST OSUNA MADRID FERIA.
HOTEL CLARIDGE MADRID.
HOTEL CROWNE PLAZA MADRID AIRPORT.
HOTEL EMPERADOR.
HOTEL IBIS STYLES MADRID PRADO.
HOTEL INDIGO MADRID PRINCESA.
HOTEL LIABENY.
HOTEL LOS CONDES.
HOTEL MAYDRIT AIRPORT.
HOTEL MAYORAZGO.
HOTEL MENINAS.
HOTEL MODERNO.
HOTEL ÓPERA.
HOTEL PRAGA.
HOTEL PRÍNCIPE PÍO.
HOTEL PUERTA DE TOLEDO.
HOTEL RAFAEL VENTAS.
HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA.
HOTEL SANCHO.
HOTEL SANTO DOMINGO.
HOTEL URBAN.
HOTEL VILLAREAL.
HOTEL ZENIT ABEBA.
HOTELIAS HOSPITALITY SERVICES S. L.
MADRID MARRIOTT AUDITORIUM HOTEL & CONFERENCE CENTER.
MELIA AVENIDA AMERICA.
MURALTO MADRID PRINCESA.
NOVOTEL MADRID CENTER.
OXYGEN HOSTEL.
R&C HERITAGE MADRID HOTEL.

RAFAELHOTELES ATOCHA.
RAFAELHOTELES PIRÁMIDES.
RELAIS & CHATEAUX HOTEL ORFILA.
SLEEP'N ATOCHA.
SUITES VIENA PLAZA DE ESPAÑA.
THE CENTRAL HOUSE – LAVAPIES.
TRAVELODGE HOTEL MADRID ALCALÁ.
TRAVELODGE HOTEL MADRID TORRELAGUNA.
VINCCI CAPITOL.
VINCCI CENTRUM.
VINCCI SOHO.
VINCCI SOMA.
VINCCI THE MINT.
VINCCI VIA 66.
VP EL MADROÑO.
VP JARDÍN DE RECOLETOS.
VP JARDÍN METROPOLITANO.
VP PLAZA ESPAÑA DESIGN.
WELLINGTON HOTEL & SPA MADRID.
WESTIN PALACE MADRID HOTEL.
ZENIT CONDE DE ORGAZ.

MAJADAHONDA

HOTEL MAJADAHONDA.

MONTEJO DE LA SIERRA

CASA RURAL FUENTE DEL ARCA MONTEJO.

NAVACERRADA

CABAÑAS ARCIPRESTE DE HITA.

CASA BONITA NAVACERRADA.

CASA RURAL TEJERA 22.

EL PATIO DE VALENTINA.

HOTEL RURAL SPA WELLNESS HACIENDA LOS ROBLES.

PARLA

HOTEL CHECKIN MADRID PARLA.

PRÁDENA DEL RINCÓN

CASA RURAL FUENTE DEL ARCA PRÁDENA.

RASCAFRÍA

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS VALLE DE EL PAULAR S.L.

ROZAS DE PUERTO REAL

EL TORREON DE ROZAS.

SAN LORENZO DE EL ESCORIAL

HOTEL FLORIDA.

HOTEL MIRANDA & SUIZO.

TRES CANTOS

RAMADA BY WYNDHAM MADRID TRES CANTOS.

VP JARDÍN DE TRES CANTOS.

VALDELAGUNA

CASA RURAL VILLAFLORITA.