

BALANCE DE RESULTADOS DE DEMANDA TURISTICA INTERNACIONAL 2004-2007 DESDE LA OPTICA DE LOS MERCADOS EMISORES

OBJETO DEL INFORME

El presente informe elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos viene a completar los que anualmente se realizan desde 2005 para la elaboración de los sucesivos Planes anuales del Plan de Objetivos para la Promoción Exterior del Turismo de TURESPAÑA. En esta ocasión, en vistas a la integración de la estrategia de marketing en el Plan Turismo 2020 se ha considerado importante la realización de un balance que permita analizar los resultados de la implantación de la nueva orientación que supone el Plan de Objetivos para la acción de Turespaña en los mercados respondiendo a los siguientes interrogantes:

1. ¿en qué contexto económico se ha desarrollado el turismo hacia España en el periodo 2004-2007?
2. ¿qué mercados explican los resultados en términos de:
 - Llegadas de turistas
 - Incremento del gasto
 - Mayor uso de alojamiento hotelero
 - Reducción de la estacionalidad
3. Nuevos actores y comportamientos:
 - ¿qué incidencia han tenido las CBCs en el incremento de las llegadas?
 - ¿qué correlación existe entre viaje independiente y el uso de hotel?
 - ¿viviendas propias, de alquiler, de familiares y amigos: en qué mercados son relevantes?
 - ¿cómo ha evolucionado el uso de internet?
4. ¿cuál ha sido la aportación del sector a la economía y sociedad española?

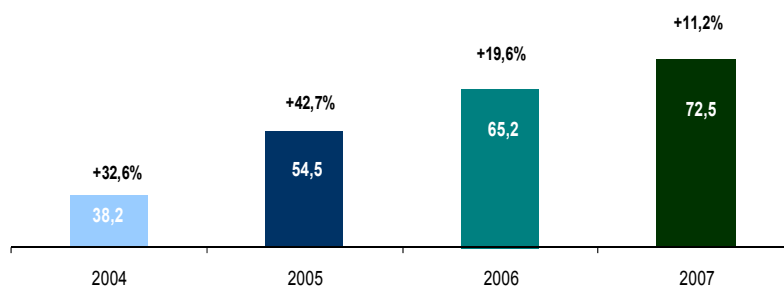
1. CONTEXTO ECONOMICO EN EL QUE SE HA DESARROLLADO EL TURISMO HACIA ESPAÑA EN EL PERIODO 2004-2007

El panorama económico internacional en el periodo 2004-2007 ha sido de crecimiento económico moderado, dentro de una economía mundial cada vez más globalizada y dinámica.

Los principales mercados de origen de turistas para España - Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Suecia y Benelux - han presentado durante este periodo varias fases: una pequeña desaceleración del crecimiento en 2005, expansión en 2006 y ralentización desde la segunda mitad del 2007 debida a la incidencia de la crisis en la economía de EEUU y al alza del precio del petróleo. El crecimiento de estos países en el periodo ha oscilado entre el 1% y el 3%, con casos particulares como el de Italia con 0,1% en 2005 y Suecia con 4,1 en 2006%. Ha sido, en todo caso, menor que el crecimiento económico mundial que en el periodo estuvo, según datos del FMI, alrededor del 5,0% anual.

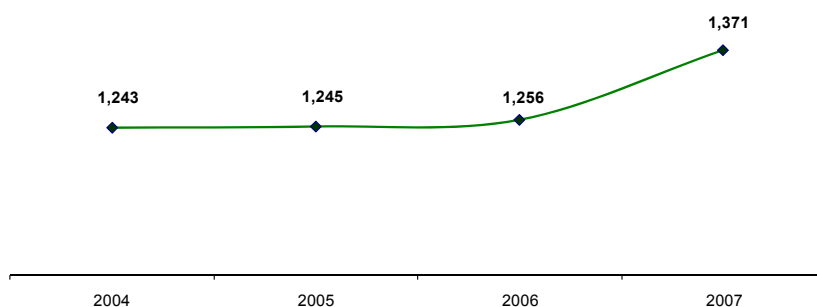
En la zona euro, a pesar de la desaceleración de la demanda y las tensiones inflacionistas en este último año, se observa una cierta estabilidad macroeconómica, con la tasa de paro más baja desde 1993 - el 7,2% - y con una economía alemana dinámica en su mercado de trabajo.

Evolución del precio del petróleo. 2004-2007. (Precio medio anual del barril Brent en dólares)



Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda.

Evolución del tipo de cambio euro/dólar. 2004-2007. (tipo de cambio medio anual)



La moneda europea se ha revalorizado frente al dólar en estos cuatro años, pasando de 1,24 dólares por euro en 2004 a 1,47 dólares por euro a finales de 2007. Esto favorece a las economías europeas en su factura del petróleo. Esta apreciación del euro podría haber retraído de forma notable la demanda de turistas de mercados que operan con el dólar aunque, como se verá más adelante, esto no se ha producido. En relación con la libra esterlina, moneda del principal mercado extranjero del sector turístico español, el euro ha permanecido prácticamente estable a lo largo del periodo analizado.

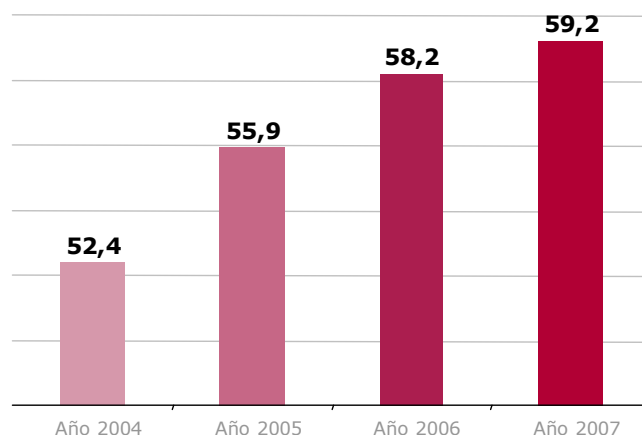
La inflación en los países mediterráneos y países de la Europa del Este, de nuevo ingreso en la UE, ha sido mayor que la media de la Unión Europea. La inflación general media en la UE-27 fue de 3,0% en 2006 y de 3,2% en 2007. No obstante, el diferencial de inflación de España, especialmente en el IPC armonizado de restaurantes y hoteles, ha restado competitividad al sector turístico español en comparación con los principales mercados emisores y competidores europeos.

2. RESULTADOS DE DEMANDA TURISTICA INTERNACIONAL

2.1. Llegadas de turistas internacionales

El número de turistas no residentes recibido en 2007 en España fue de 59,2 millones. Esto significa que en el periodo de puesta en marcha del Plan de Objetivos para la Promoción Exterior del turismo 2004-2007 se han recibido 8,2 millones de turistas más, lo que supone un **16% de incremento**.

Llegada de turistas internacionales 2004-2008. (en millones) Frontur, IET.

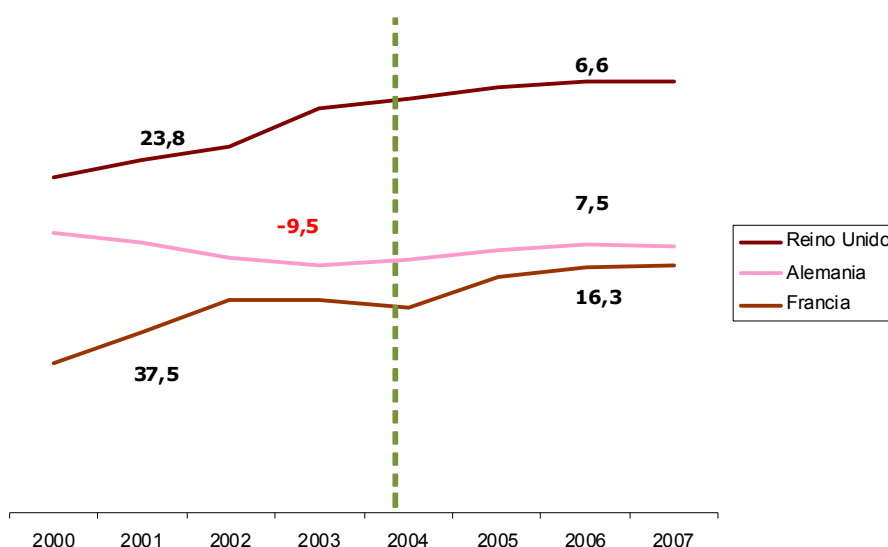


2.1.1 Evolución de las llegadas de los tres principales mercados

Si se analiza la evolución de las llegadas de los tres principales mercados deben destacarse los siguientes rasgos:

- Atenuación del ritmo de crecimiento del mercado británico. Esta atenuación del ritmo de crecimiento debe relacionarse con los cambios de comportamiento que caracterizan a este mercado en sus llegadas a España desde principios de los 2000: menor presencia del paquete turístico e incremento exponencial del uso de viviendas propias y de viviendas de familiares y amigos. Así, si entre 2000 y 2004 este nuevo comportamiento trajo consigo un incremento de turistas británicos del 23,8%. En el periodo de puesta en marcha del Plan de Objetivos el incremento ha sido del 6,6%.
- Recuperación del mercado alemán. El inicio de los años 2000 supuso una paulatina pérdida de turistas procedentes de Alemania, de forma que en el periodo 2000-2004 el número de turistas alemanes se había reducido en un 9,5%. En el periodo 2004-2007 se recupera el número de llegadas, aunque no se haya conseguido por el momento el número de turistas que se recibía con anterioridad a los primeros años del nuevo siglo.

**Evolución del número de turistas de los tres principales mercados
Años 2000-2007**



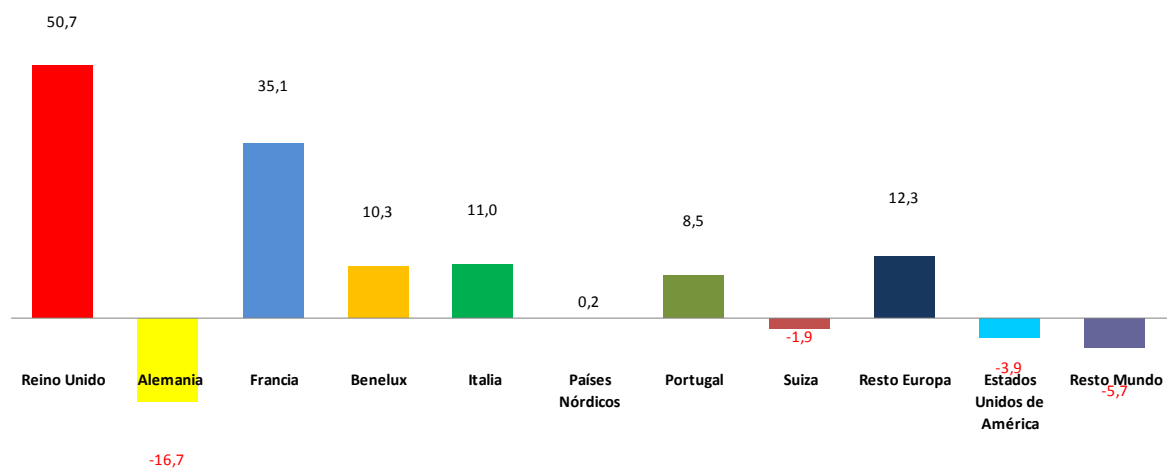
- Cambio de comportamiento en el mercado francés. La evolución del mercado francés muestra que en el periodo 2004-2007 no ha sido un mercado tan relevante en las llegadas como en el cuatrienio anterior, pero sí destaca en determinados rasgos de comportamiento nuevos que van a hacer de este mercado uno de los más importantes en cuanto a la consecución de objetivos de mayor rentabilidad, como se verá a continuación.

2.1.2 Contribución de los mercados al incremento del número de turistas

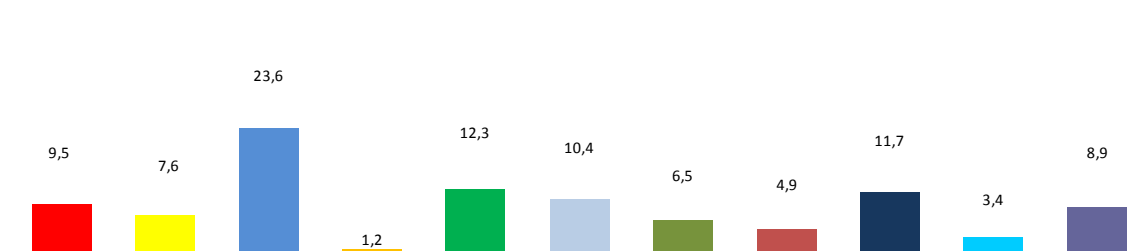
Pero sin duda el principal rasgo característico del periodo 2004-2007 ha sido el dinamismo en general de los mercados. Así, frente al cuatrienio anterior, la principal característica del periodo ha sido que todos los mercados han contribuido al incremento en el número de turistas o que, visto desde el punto de vista de la demanda, desde cada mercado se ha contribuido al resultado final.

Contribución de los mercados al incremento del número de turistas

Periodo 2004/2000



Periodo 2007/2004



Como puede verse en los anteriores gráficos, los resultados en términos de llegadas de turistas en el periodo 2000-2004 están determinados en más de un 50% por el mercado británico, mientras que en el siguiente cuatrienio ningún mercado por sí solo explica el incremento general en más de un 25%. Tampoco hay en el periodo 2004-2007 ningún mercado que reste. Merece destacarse la **recuperación del mercado estadounidense y la de los países nórdicos.**

2.2. Gasto turístico de los no residentes

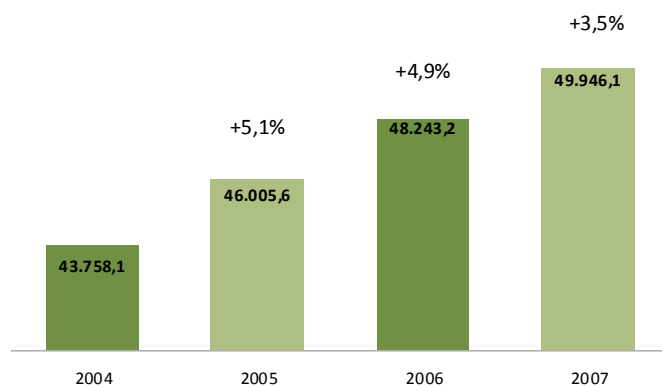
El gasto total de los turistas no residentes en España ha sido en 2007 aproximadamente de 50.000 millones de euros. Esto significa 6.188 millones de euros más en el periodo 2004-2007 y un incremento del 14,1%. Además, en los dos últimos años la tasa de crecimiento del gasto turístico total ha sido superior a la tasa de crecimiento de las llegadas.

El gasto medio por persona realizado por los turistas internacionales ha mostrado una tendencia positiva y se ha ido incrementando, el 2007 registró un crecimiento del 1,5%. En el año 2007 el gasto medio por persona asciende a 870 €.

El gasto medio diario ha pasado de los 86,9 € por persona y día de 2004 a los 94,4 € registrados en 2007. En este resultado ha influido la disminución de la estancia media, pero también un mejor comportamiento del gasto medio.

Gasto total realizado por los turistas internacionales llegados a España.

Millones de euros y % Variación interanual.

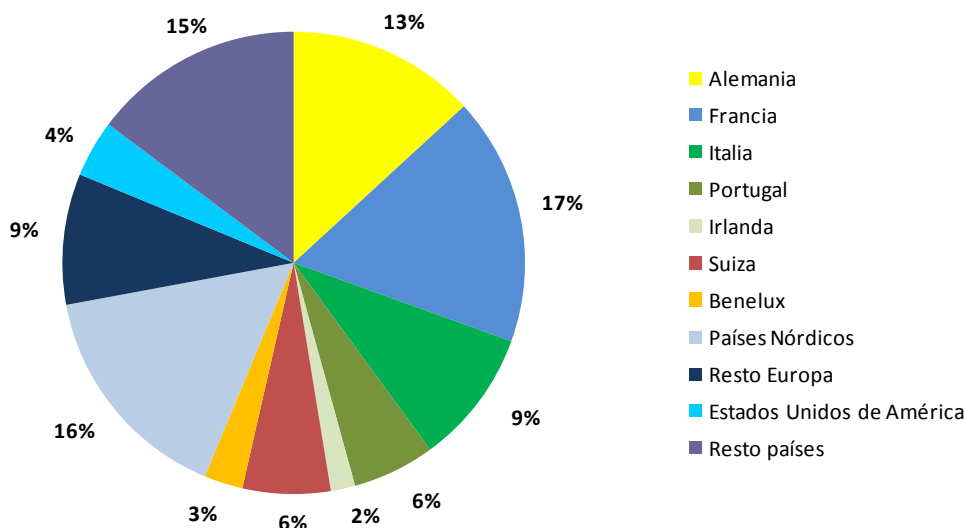


Fuente: IET. Egatur.

- **Contribución de los mercados al incremento del número de turistas**

La participación de los distintos mercados en el incremento del gasto total también es equilibrada y en general se corresponde con el incremento de las llegadas.

Participación de los mercados al incremento del gasto total
% de contribución



No obstante, el incremento del 6,6,% de las llegadas de turistas británicos no se ha tenido incidencia en el incremento del gasto en el cuatrienio 2004-2007.

Destaca, sin embargo, la importancia que tiene Francia: el gasto medio por turista del mercado francés se ha incrementado en el periodo un 7,6%. En todo caso, son los turistas alemanes y los procedentes de los países nórdicos aquéllos que contribuyen en mayor medida al incremento del gasto en relación a su aportación a las llegadas totales.

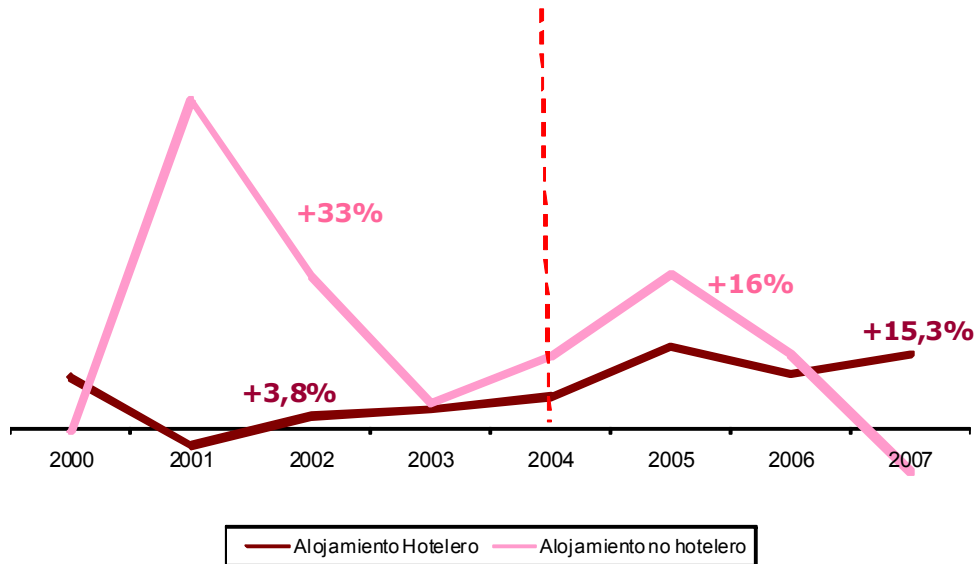
Merece destacarse finalmente el comportamiento de los destinos lejanos, EEUU y el resto del mundo entre los que es preciso reseñar el buen comportamiento del gasto de los turistas japoneses, mexicanos y brasileños en el periodo.

2.3. Tipo de alojamiento utilizado por los no residentes

En el año 2007, 37,9 millones de turistas internacionales se alojaron en establecimientos hoteleros (el 64,1%). Como puede verse en el gráfico, en el periodo 2000-2004 son los alojamientos no hoteleros aquellos que registran una tasa de variación más elevada (+33% en el periodo) frente a un incremento del 3,8% del alojamiento hotelero. Sin embargo del 2004 al 2007, las llegadas de

turistas se reparten de forma más equilibrada entre los distintos tipos de alojamiento, hotelero y no hotelero.

Variación del uso del alojamiento hotelero y del no hotelero de los turistas internacionales Años 2000-2007



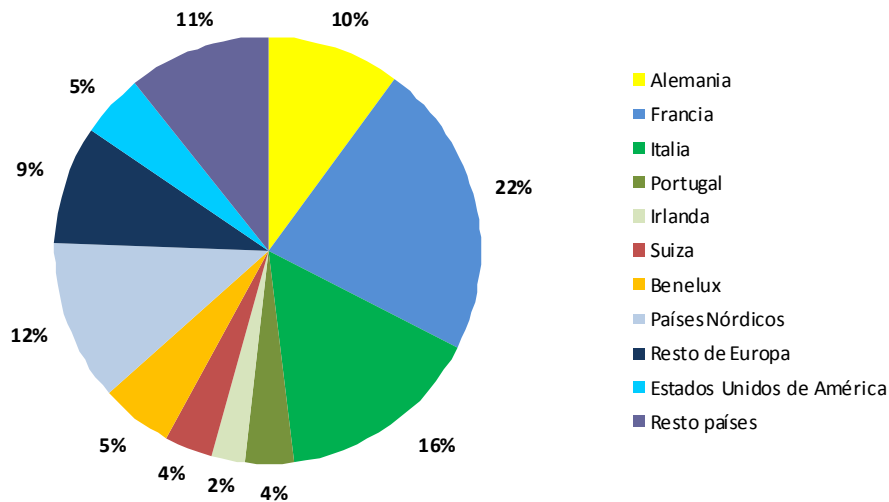
Otro rasgo a destacar es que **la curva del uso del alojamiento no hotelero es mucho más irregular.**

- **Contribución de los mercados al incremento del uso del alojamiento hotelero**

Sin duda uno de los rasgos más característicos del periodo 2004-2007 es el cambio de comportamiento del mercado francés. Como ya se ha ido viendo año a año, Francia es el mercado que en mayor medida ha contribuido al incremento del uso del alojamiento hotelero: durante el periodo 2004- 2007 se han alojado más de un millón de turistas adicionales A continuación se sitúa el mercado italiano.

También los países nórdicos han tenido una contribución relevante así como los países agrupados en "resto de Europa" donde destacan Rusia y el resto de países del este de Europa que han tenido un uso importante de este tipo de alojamiento.

Participación de los mercados al incremento del uso de alojamiento hotelero. Años 2004-2007
% de contribución

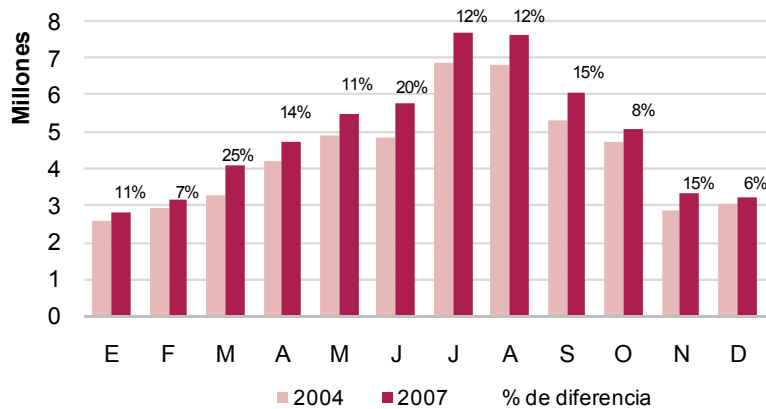


En cuanto a los dos mercados principales, que además son aquellos que tienen un mayor peso en el uso del alojamiento hotelero, Alemania ha tenido un comportamiento positivo con un incremento del uso del alojamiento hotelero con cerca de 500.000 alemanes más en hoteles por lo que la cuota de este mercado para el alojamiento hotelero sube hasta el 19%. Sin embargo, para el mercado británico que representa el 26% de la demanda de hoteles con cerca de 10 millones de británicos alojados ha tenido durante el periodo 2004-2007 un comportamiento negativo para el uso del alojamiento hotelero, como ya ocurrió en el periodo anterior. Así se han alojado casi 400.000 británicos menos en hoteles.

2.4. Estacionalidad de la demanda

Si bien es cierto que entre 2004 y 2007 la proporción entre el número de turistas llegados en los tres meses de verano y el resto del año prácticamente no ha variado es preciso señalar cómo las tasas de variación de los meses de junio y septiembre pero también de primavera y otoño sí han tenido un impulso importante al crecer por encima de los meses de verano. El alargamiento del verano y el buen comportamiento de los meses de marzo, abril y mayo permiten afirmar una incipiente tendencia a la corrección de la estacionalidad.

Estacionalidad de las llegadas de turistas internacionales
Frontur. Años 2004 - 2007

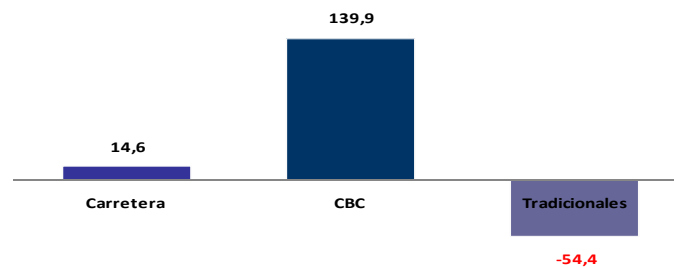


3. NUEVOS ACTORES Y COMPORTAMIENTOS

- **¿qué incidencia han tenido las Compañías aéreas de Bajo Coste (CBCs) en el incremento de las llegadas?**

Sin duda el medio de transporte que explica el resultado en llegadas de turistas del periodo 2004-2007 son las Compañías aéreas de Bajo Coste, que han pasado de tener un peso de 17% en 2004 al 32% en 2007. Las compañías tradicionales han traído a España casi 3,7 millones de turistas menos. La carretera se mantiene con un peso prácticamente invariable en torno al 23%.

Contribución de los medios de transporte al incremento del número de turistas. Años 2004-2007



Este fenómeno de las CBC explica el incremento de llegadas en prácticamente todos los mercados, aunque es cierto que sería preciso un análisis en mayor profundidad en la medida en que - por ejemplo - parte del flujo canalizado a través de los turoperadores se ha diseccionado a este tipo de compañías o cómo determinadas compañías han pasado a tener consideración de bajo coste cuando en el inicio del periodo se consideraban compañía tradicional por parte de las autoridades aeroportuarias.

En todo caso es cierto que este nuevo modelo de gestión es básico para entender los resultados turísticos de España en el periodo analizado. Así, si se analizan por ejemplo los tres mercados principales, las CBC son la clave para entender el incremento de turistas salvo en el caso del mercado francés en el que, por su proximidad, siempre ha sido la carretera el principal medio de transporte elegido.

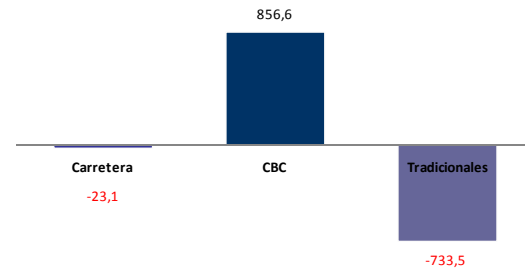
- **¿cómo ha evolucionado el uso de internet?**

Sin duda uno de los aspectos fundamentales del periodo 2004-2007 es la expansión del uso de internet. De este modo se ha pasado de un 38,3% de turistas que en 2004 consultaban información en internet a que éstos representen el 51,6%.

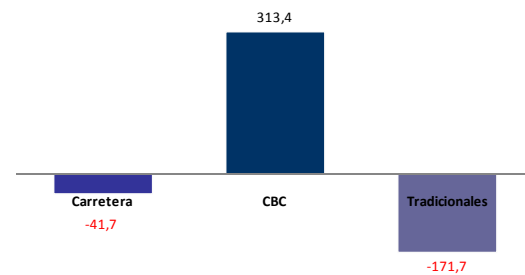
Pero sin duda el mayor cambio se ha producido en lo que se refiere a la comercialización, esto es, a la reserva y compra de servicios turísticos en sus viajes a España. Como puede verse a continuación, prácticamente en todos los mercados europeos el porcentaje de turistas que han reservado por internet supera el 40%, salvo Francia y Portugal y los países del resto de Europa, del Este fundamentalmente. Para mercados como Reino Unido o EEUU se trata de un medio fundamental así como para determinados mercados de Asia o de América Latina como Brasil o México.

También destaca el incremento de los pagos directamente ligado al desarrollo del comercio electrónico en la red, primero sobre billetes aéreos pero que se ha ido extendiendo a otros servicios turísticos.

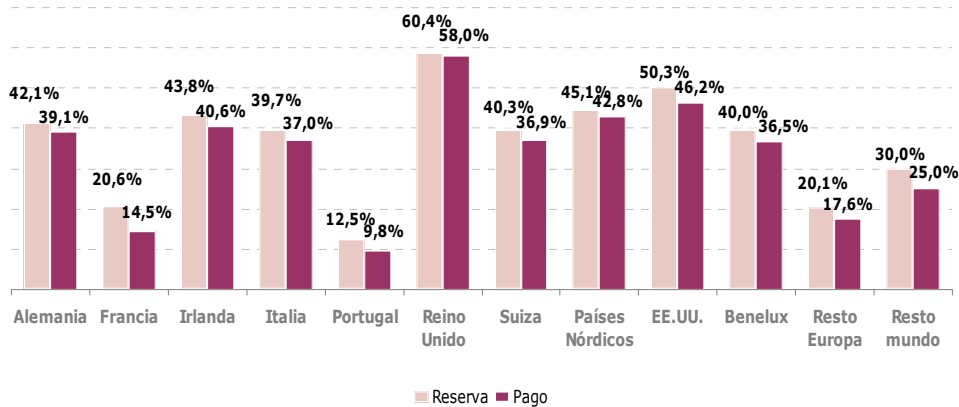
Reino Unido



Alemania



Porcentaje de turistas que reservan y pagan por internet para su viaje a España. Año 2007



- **¿qué correlación existe entre viaje independiente y el uso de hotel?**

Dado que es un hecho que, para todos los mercados observados, el paquete turístico ha perdido peso, era importante analizar si las nuevas modalidades de organización, viaje independiente, servicios sueltos o "dinámicos" contribuyen o no al incremento del uso del alojamiento hotelero, máxime cuando en prácticamente todos los mercados el periodo se cierra con un incremento del peso del alojamiento hotelero. De este modo se ha analizado si existe o no una correlación positiva entre ambas variables para los distintos mercados.

Viaje independiente: correlación con uso de alojamiento hotelero
Años 2004 - 2007

	Paquete/ Hotelero	No paquete /no hotelero
REINO UNIDO	0,9	0,9
ALEMANIA	-0,4	-0,4
ITALIA	-0,5	-0,5
PAISES NORDICOS	-0,9	-0,9
FRANCIA	-0,9	-0,9

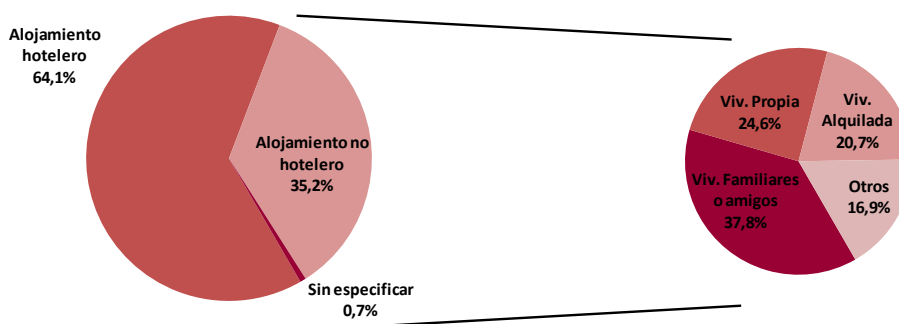
Como indica el cuadro anterior, en el caso del Reino Unido, la forma de organización y el tipo de alojamiento muestran una correlación positiva (del 0,9), de manera que, a medida que el peso del paquete turístico desciende, el peso del alojamiento hotelero es también menor.

El caso contrario ocurre para los turistas procedentes de Francia y de los países nórdicos: a medida que el peso del paquete desciende, mayor es la proporción de turistas que se alojan en establecimientos hoteleros. Por su parte, Alemania e Italia muestran también una correlación negativa, pero menor.

- **¿viviendas propias, de alquiler, de familiares y amigos: en qué mercados son relevantes?**

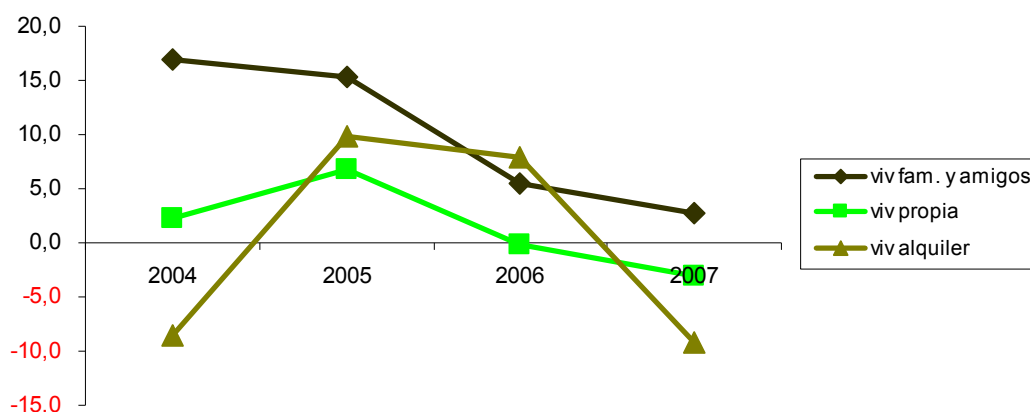
Si bien entre 2004 y 2007 el peso del alojamiento hotelero sobre el no hotelero ha permanecido prácticamente constante sí es preciso señalar un cambio importante en la distribución entre los distintos componentes del alojamiento no hotelero. Si se analiza la composición de ese 35%, destaca el incremento de más de siete puntos porcentuales del peso del alojamiento en casa de amigos y familiares. En relación con 2004, el peso de las viviendas propias se mantiene prácticamente constante y tienen un menor peso las viviendas de alquiler y los alojamientos agrupados en otros, en los que destacan los campings, debido fundamentalmente al cambio de comportamiento del mercado francés.

*Distribución de las llegadas de turistas según tipo de alojamiento
Año 2007*



Así la estabilidad del alojamiento no hotelero en cuanto a su peso en general, contrasta con el distinto comportamiento de los distintos tipos de alojamiento que además destacan en cuanto a la inestabilidad en su evolución. Así las tasas de variación de los distintos usos del alojamiento no hotelero tienen un comportamiento desigual como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

Tasas de variación del uso de alojamientos no hotelero.
Años 2004 2007



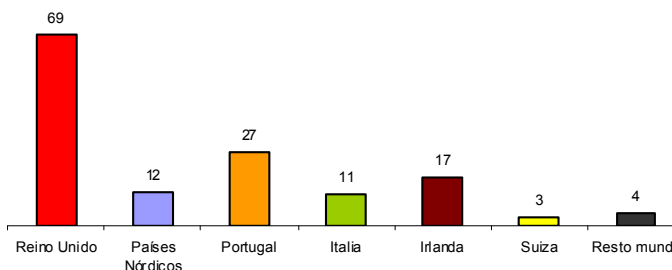
La evolución del uso de estos alojamientos y la importancia que tiene para cada mercado está temiendo una incidencia importante para determinados destinos por lo que el análisis en mayor profundidad podrá determinar en qué medida existe una relación directa entre fidelidad y vivienda turística y cuáles son los factores que pueden incidir o no al uso de este tipo de alojamientos.

Si se analiza por tanto la participación de los distintos mercados al uso de estos alojamientos, destaca en primer el mercado británico.

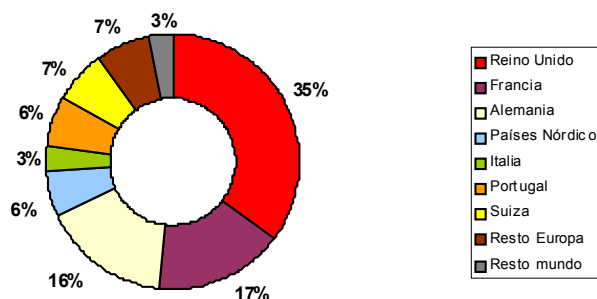
En el periodo 2004-2007 y para el mercado británico¹ 550.000 turistas más se han alojado en viviendas de familiares o amigos, un 13,7% más en relación con los 400.000 turistas británicos que han dejado de ir a hoteles. El mercado británico explica el 44% del incremento del uso de alojamiento no hotelero en el periodo 2004-2007 en general y si se analiza de forma pormenorizada el mercado británico, explica el 70% del incremento del uso de las viviendas de alquiler y el 35% del uso de viviendas de familiares y amigos.

¹ El número de ciudadanos británicos empadronados en España en el periodo 2004-2007 en España ha sido de 75.366, de acuerdo con los datos de la Dirección General de la Policía y de la Guardia Civil realizada por el Observatorio Permanente de la Inmigración de la Secretaria de Estado de Inmigración y Emigración. Habrían obtenido además la tarjeta de residente unos 50.000 italianos y cerca de 20.000 alemanes.

*Participación de los mercados al incremento del uso de viviendas de alquiler. Años 2004-2007
% de contribución*



*Participación de los mercados al incremento del uso de viviendas de familiares y amigos. Años 2004-2007
% de contribución*



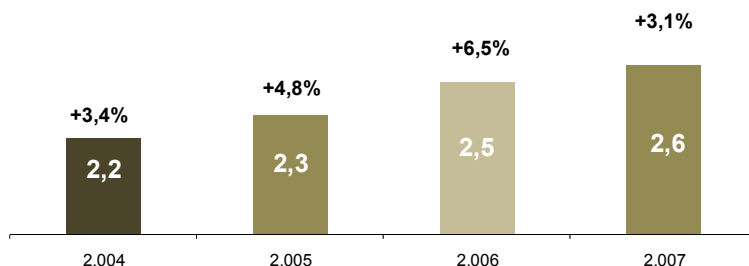
4. APORTACIÓN DEL SECTOR A LA ECONOMÍA Y SOCIEDAD ESPAÑOLA

De acuerdo con los datos de la Cuenta Satélite del turismo (INE, 2006), el turismo ha contribuido de forma importante a la economía española, representando en 2006 el 10,8% del PIB y una aportación de 106.374 millones de euros. El crecimiento acumulado en el periodo a precios constantes ha sido del 8%.

En cuanto al empleo, y de acuerdo con los datos de la EPA del INE, del 2004 al 2007 se han creado 412.000 empleos en actividades de la industria turística alcanzando 2.575.766 en el año 2007.

Los ocupados en turismo suponen el 12,7% del empleo

Evolución del empleo en la Industria turística española: número de ocupados en millones

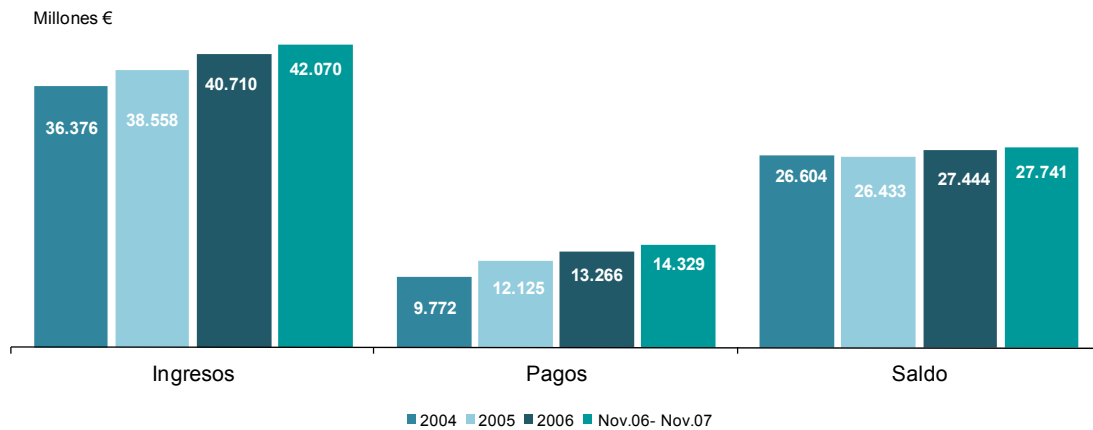


Fuente: Encuesta de Población Activa, INE

total de la economía española y el 19,1% del empleo total del sector servicios.

Por otro lado, el turismo mantiene un peso fundamental en los ingresos en la balanza de pagos: 42.000 millones de euros. En este sentido, sin duda, uno de los elementos a destacar es que, si bien se ha mantenido el ritmo de los ingresos por turismo, las salidas de los residentes en España al exterior marcan una nueva tendencia y registran en el periodo tasas de crecimiento positivas cuya consecuencia se refleja en el saldo de la balanza de pagos por turismo.

Ingresos, pagos y saldo de la balanza de pagos del turismo



Fuente: Banco de España, Balanza de Pagos