

Regional Flows of Domestic Tourism in Spain

Flujos Regionales del Turismo doméstico en España *

Esther Martínez García[†]

Departament d'Economia
Universitat de Girona

Girona, March 2002

Abstract

The paper analyses the regional flows of domestic tourism that took place in Spain in year 2000, contributing to the state of knowledge on tourism required by authorities and private firms when faced with decision making, for example, for regional infrastructure planning. Although tourism is one of the main income-generating economic activities in Spain, domestic tourism has received little attention in the literature compared to inbound tourism. The paper uses among others, gravitational model tools and concentration indices, to analyse regional concentration of both domestic demand and supply; tourism flows among regions, and the causes that may explain the observed flows and attractiveness between regions. Among the most remarkable results are the high regional concentration of demand and supply, and the role of population and regional income as explanatory variables. Also remarkable are the attractiveness of own region and neighbour ones, and that domestic tourism may be acting as a regional income redistributing activity.

Keywords: Domestic tourism flows, Spain, gravitational models, tourism and regional redistribution.

JEL classification: L83

* I would like to thank the members of the Department of Economia de la Universitat de Girona, and specially F. Navinés, for useful suggestions on the draft presented at the seminar of the Department. Of course, all remaining errors are mine.

[†] Address: Departament d'Economia, Universitat de Girona, Campus de St. Feliu de Guíxols, 17220 St. Feliu de Guíxols, Girona, Spain. E-mail: esther.martinez@udg.es

1. Introducción

Como es bien sabido, el turismo constituye una actividad económica de primera magnitud en España. En el año 2000, representaba en torno al 12% del PIB, con un incremento anual medio desde 1995 del 7,7%, el doble del aumento en el PIB. Generó el 9,3% de la ocupación, y se estima un efecto multiplicador sobre el sistema económico de 1,7. Destaca el protagonismo del turismo receptor, siendo España el segundo destino turístico de la UE, después de Francia, y el tercero a nivel mundial¹. El turismo receptor ha sido tradicionalmente una fuente equilibradora de las relaciones económicas de España con el exterior, permitiendo una cobertura del 126% del déficit comercial (media de los años 1995-1999). Posiblemente sea ésta, conjuntamente con una mayor disponibilidad de información, una de las razones por las cuales el turismo internacional ha sido objeto de mayor estudio en España, que el turismo interno.

Sin embargo, el turismo interno en España es también relevante, como lo ilustran los siguientes datos referidos al año 2000. De los 227.14 millones de estancias en hoteles en España, el 36,71% (83,38 millones) fueron realizadas por españoles; también realizaron el 56,13% de las estancias en campings y el 12,64% de las estancias en apartamentos (Fuente: INE, 2000). Cabe señalar además que la mayor parte del turismo nacional es interno. En 1999, los españoles realizamos más de 43 millones de viajes turísticos, de los cuales casi dos tercios (63,9%) fueron de larga duración, y 40,166 millones fueron en el interior de España. Los viajes turísticos al extranjero fueron tan solo el 8%.

En este trabajo, se analizan algunas de las características más relevantes del turismo nacional, especialmente el interno, y desde una óptica regional, con la finalidad de: 1) Distinguir las principales características de la distribución regional del turismo interno, en términos de orígenes y destinos, analizando las relaciones de atracción absoluta y relativa que tienen lugar entre regiones, a través del instrumental de los modelos gravitacionales; 3) Analizar las causas que pueden ocasionar los patrones regionales turísticos observados; 4) Los análisis anteriores permitirán realizar, aunque brevemente, un análisis comparativo entre la distribución regional del turismo doméstico y el receptor, como posible indicador del papel que puede desempeñar el turismo doméstico como compensador del turismo receptor.

El análisis se realiza a partir de información relativa a viajes entre comunidades autónomas, extraída de la Encuesta “Movimientos turísticos de los españoles” (FAMILITUR). Dicha Encuesta ofrece datos estadísticamente significativos a nivel regional por primera vez para el año 1999; los estudios realizados con anterioridad al que aquí se presenta adolecían de falta de significación regional en la información de base utilizada (Usach, 1998). Además, el estudio mencionado realizaba el análisis para

¹ Datos extraídos Secretaría de Estado de Comercio y Turismo (2001). Según la misma fuente, la serie antigua de la OMT cifraba en 53,6 millones las llegadas de turistas extranjeros a España, y de acuerdo con la nueva serie, 48,5 millones, lo que sitúa a España del segundo al tercer lugar en el ranking mundial.

los años 1983 a 1993, con información no homogénea entre ellos (p.e. en términos de viajeros versus viajes realizados). A pesar de ello, el presente análisis que se realiza para el año 2000, confirma varios de los resultados obtenidos en el estudio anterior mencionado.

2. Datos y Metodología

La información sobre viajes turísticos entre regiones se ha extraído de la estadística “Movimientos turísticos de los Españoles” (FAMILITUR), elaborada anualmente por el Ministerio de Economía, a partir de una encuesta a una muestra de 10.800 hogares, con un proceso de muestreo bietápico con estratificación. La variable de análisis es el “viaje turístico” definido como el viaje a segunda residencia superior a cuatro noches, más el viaje no a segundas residencias, independientemente de su duración. Ésta es sin duda una variable cuantitativa, como la utilizada en muchos de los análisis de demanda turística. No se dispone de información regional completa sobre los flujos de gasto entre todas las regiones de España, derivados de los viajes turísticos.

El año de análisis es 2000, el más reciente para el cual se dispone de información estadísticamente significativa a nivel regional relativa a los flujos de viajes entre regiones. La unidad regional de análisis la constituyen las 17 comunidades autónomas, que es el nivel de desagregación regional que ofrece FAMILITUR. Es además la unidad regional más extendida en los análisis regionales, e importante a efectos de política económica, en tanto que las comunidades disponen de competencias en materia de turismo. Las comunidades autónomas no son homogéneas, ni en términos turísticos (p.e. oferta turística) ni tampoco en PIB per cápita, población, extensión, orografía, clima, cultura, etc. Es de esperar que esta diversidad será un factor relevante para el patrón regional turístico que se analiza en este estudio.

2.1. Modelo gravitacional y otros instrumentos del análisis

Por razones de espacio, se presenta sucintamente el instrumental de análisis utilizado en este estudio. En primer lugar, se han utilizado índices de concentración de mercado, basados fundamentalmente en la cuota de mercado absorbida por los oferentes dominantes, generalmente los primeros cuatro. Este índice de concentración se aplica tanto a la demanda como a la oferta (destinos). También se ha utilizado el coeficiente de correlación, definido como la covarianza entre dos variables con relación al producto de sus desviaciones estándar. El coeficiente puede tomar valores entre -1 y 1. Un signo positivo indica que las dos variables analizadas se mueven en el mismo sentido, es decir, valores crecientes (decrecientes) de una de ellas están asociados a valores también crecientes (decrecientes) en la otra. Un signo negativo indica que ambas variables se

asocian en sentido contrario. Un valor 0 indica que no existe relación entre ambas variables.

El coeficiente de determinación por su parte, mide el grado de dispersión en una variable, ajustando (dividiendo) la desviación estándar por la media de la variable, lo cual permite medir la desviación de los valores de la variable en porcentaje respecto de su valor medio. Este ajuste por el valor medio de la variable facilita la interpretación de la dispersión medida a través de la desviación estándar, y es especialmente útil cuando se comparan dos distribuciones con distinta media.

Por último, para medir la atracción relativa entre comunidades autónomas, se ha utilizado el instrumental proporcionado por los modelos gravitacionales. Concretamente, a partir de la matriz orígenes-destinos de los viajes turísticos, se construye el siguiente índice de atracción F_{ij} entre la región “i” y la región “j”:

$$F_{ij} = \frac{(D_{ij}/T)}{(D_i/T)*(S_j/T)} \quad (1)$$

donde D_{ij} es la demanda observada (número de viajes) de la comunidad o región “i” a la “j”; T indica el número total de viajes que realizan los españoles; y S_j es el número de viajes recibidos por la comunidad “j”. Valores superiores a la unidad indican que existe atracción entre la comunidad “i” i la “j”. Esta atracción es tal porque la frecuencia real de viajes entre las dos regiones es superior a la teórica (en caso de independencia de los flujos entre las dos regiones). Por tanto, existe algún factor que genera una atracción de una región “i” hacia “j” superior a la atracción que otras regiones destino ejercen sobre “i” o a la que “j” ejerce sobre otras regiones de origen.

Otra forma alternativa de medir esta atracción que también se utiliza en el análisis es la siguiente, resultado de reordenar la expresión (1) anterior:

$$F_{ij} = \frac{D_{ij}/D_i}{S_j/T} \quad (2)$$

En ésta, visualiza mejor que la atracción de “i” por “j” es medida en relación a la atracción media que la región de destino “j” ejerce en el conjunto de orígenes en España (S_j/T). La expresión (3) siguiente mide también la atracción, permitiendo analizar a través del numerador, la importancia relativa para cada destino, de cada uno de los orígenes.

$$F_{ij} = \frac{D_{ij}/S_j}{D_i/T} \quad (3)$$

En resumen, en este análisis se utiliza el coeficiente de atracción F_{ij} para medir la atracción relativa entre comunidades autónomas, a partir de los viajes con origen en

la comunidad “i” y con destino en la “j”. También se emplean para el análisis, los siguientes ratios:

- D_{ij}/D_i : para analizar la distribución de cada mercado de origen “i” entre los proveedores (destinos) “j”. Cálculo además del índice de concentración del mercado de origen.
- D_{ij}/S_j : para analizar la distribución de cada mercado de destino “j” entre los clientes (orígenes) “i”. Cálculo también del índice de concentración de cada mercado de destino.

3. Resultados

En este se destacan los resultados más relevantes obtenidos del análisis, a partir de la información y los instrumentos anteriormente señalados. En primer lugar se analiza el grado de concentración del mercado interno, para posteriormente estudiar el efecto de la población y la renta como factores explicativos de la concentración regional observada en la demanda interna. En tercer lugar se analiza el turismo intra-regional, seguido del estudio de la concentración de los mercados de origen y destino. En quinto lugar se analiza el dominio de mercado ostentado por cada destino, para finalizar con un análisis de la atracción entre regiones.

3.1. Concentración del mercado

En primer lugar, destaca la elevada concentración territorial del mercado turístico nacional, tanto en los orígenes como en los destinos (Tablas 1 y 2). Pocas comunidades autónomas aglutinan la mayor parte de los viajes, mientras que la restante mayoría tiene una participación muy reducida. Madrid, Catalunya, Andalucía y la Comunidad Valenciana absorbían casi el 60% de toda la demanda que se generó en España en 2000.

Por lo que se refiere a los destinos, son también las anteriores, excepto Madrid, las más destacadas, recibiendo un 41,61% del total de los viajes. El destino extranjero se sitúa en cuarta posición (con un 8,62% de los viajes), mientras que Madrid queda en sexto lugar, detrás de Castilla-León. En el extremo inferior destacamos especialmente la comunidad de Baleares, puesto que es una comunidad que en turismo receptor extranjero es de los destinos principales.

También destaca el hecho de que el ranking de las comunidades autónomas, entre destinos y orígenes, es bastante similar en términos generales, es decir, a grandes rasgos, se observa que las comunidades más demandantes son también las más receptoras de turismo interno.

	%	% acumulado	ranking
Madrid	19,91%	19,91%	1
Catalunya	16,23%	36,14%	2
Andalucía	13,98%	50,12%	3
C. Valenciana	8,96%	59,09%	4
C-León	6,57%	65,66%	5
P.Vasco	5,78%	71,44%	6
C-La Mancha	4,53%	75,97%	7
Galicia	4,25%	80,22%	8
Canarias	3,66%	83,88%	9
Aragón	3,16%	87,04%	10
Murcia	2,72%	89,76%	11
Asturias	2,68%	92,44%	12
Extremadura	2,29%	94,73%	13
Navarra	1,66%	96,38%	14
Baleares	1,54%	97,92%	15
Cantabria	1,18%	99,10%	16
La Rioja	0,90%	100,00%	17

Tabla 1: concentración de los orígenes

	% de mercado	% acumulado	ranking
Andalucía	17,44%	17,44%	1
C. Valenciana	12,72%	30,16%	2
Catalunya	11,44%	41,61%	3
Extranjero	8,62%	50,23%	4
C-León	8,54%	58,77%	5
Madrid	5,77%	64,54%	6
C-La Mancha	5,35%	69,89%	7
Galicia	5,25%	75,14%	8
Aragón	4,02%	79,16%	9
Canarias	3,99%	83,15%	10
Extremadura	3,11%	86,26%	11
Asturias	2,82%	89,08%	12
Murcia	2,60%	91,68%	13
Cantabria	2,42%	94,09%	14
Baleares	2,00%	96,09%	15
P.Vasco	1,99%	98,08%	16
Navarra	1,07%	99,15%	17
La Rioja	0,85%	100,00%	18

Tabla 2: Concentración de los destinos

3.2. La población y la renta como factores explicativos de la concentración regional de la demanda de turismo

A continuación se analizan dos de los posibles factores explicativos de la elevada concentración observada de la demanda: la población y la renta. Nótese por ejemplo que las primeras cuatro regiones generadoras de demanda son también las más pobladas. La tabla 3 muestra los resultados obtenidos.

	viajes por habitante	ranking	población	% población	ranking
Madrid	1,78	1	5.145.325	12,84%	3
La Rioja	1,56	2	265.178	0,66%	17
Navarra	1,42	3	538.009	1,34%	15
P. Vasco	1,27	4	2.100.441	5,24%	7
Aragón	1,23	5	1.186.849	2,96%	10
C-León	1,22	6	2.488.062	6,21%	6
C-La Mancha	1,21	7	1.726.199	4,31%	8
Catalunya	1,20	8	6.207.533	15,49%	2
Asturias	1,14	9	1.084.314	2,71%	12
Murcia	1,11	10	1.131.128	2,82%	11
Cantabria	1,03	11	528.478	1,32%	16
C. Valenciana	1,01	12	4.066.474	10,15%	4
Canarias	1,01	13	1.672.689	4,17%	9
Extremadura	0,98	14	1.073.574	2,68%	13
Andalucía	0,88	15	7.305.117	18,23%	1
Baleares	0,86	16	821.820	2,05%	14
Galicia	0,72	17	2.730.337	6,81%	5
TOTAL	1,15		40.071.527	100,00%	
Coef. Correlación entre viajes y población					0,9210
Viajes per cápita					
media					1,154
desv. est.					0,253
coef. variación					0,220

Tabla 3: Viajes per cápita

El coeficiente de correlación entre el número de viajes y la población es elevado y positivo, indicando que existe una fuerte relación entre ambas variables. Sin embargo, destacan las diferencias existentes en los viajes per cápita de cada comunidad (propensión bruta a viajar), y el cambio experimentado en el ranking, especialmente notorio para algunas comunidades, entre la generación total de demanda, y el número de viajes por habitante. Especialmente notorio es el caso de Andalucía, que siendo la tercera comunidad generadora de viajes, en cambio muestra una propensión bruta a viajar inferior a la media, y muy por debajo del de otras comunidades menos demandantes, como La Rioja, Murcia o Cantabria.

Así pues, la población parece significativa en la distribución regional de la demanda interna de viajes, pero la propensión media a viajar no es homogénea entre regiones, con una variación del 22% respecto de la propensión media.

Una de las posibles explicaciones de los resultados anteriores puede radicar en las diferencias de renta per cápita de las distintas regiones, siendo como es la renta (discrecional) un factor que los diversos estudios de demanda muestran como significativos y con efecto marginal positivo. La tabla 4 muestra la relación entre la demanda por habitante y el PIB per cápita.

	PIB p.c, 1999	ranking (1)	Viajes p.c. 1999	ranking (2)	diferencias en rankings
Madrid	3.206.727	1	1,68	1	0
Navarra	3.079.792	2	1,22	3	-1
Catalunya	2.926.337	3	0,94	11	-8
Baleares	2.917.017	4	0,68	17	-13
P.Vasco	2.894.541	5	1,09	6	-1
La Rioja	2.716.985	6	1,28	2	4
Aragón	2.575.541	7	0,98	7	0
C. Valenciana	2.250.006	8	0,81	15	-7
Canarias	2.247.795	9	0,95	10	-1
Cantabria	2.233.484	10	1,16	4	6
C-León	2.163.415	11	0,95	9	2
Asturias	2.121.759	12	0,97	8	4
Murcia	1.947.351	13	0,89	13	0
C-La Mancha	1.934.751	14	1,16	5	9
Galicia	1.876.425	15	0,68	16	-1
Andalucía	1.676.664	16	0,81	14	2
Extremadura	1.461.237	17	0,90	12	5
MEDIA	2.366.460		1,00		
Coeficiente de corr. entre viajes per cápita y PIB p.c.					0,511

Tabla 4: Relación entre la demanda por habitante y el PIB per cápita.

El coeficiente de correlación entre ambas variables es positivo, pero no muy elevado (0,51). En general se observa una tendencia que apunta que las comunidades con mayor nivel de renta per cápita son también las que presentan una propensión bruta a viajar superior. Sin embargo, algunas comunidades destacan por lo contrario, es decir, que siendo relativamente “ricas” generan un menor número de viajes, mientras que otras, más “pobres” generan más viajes. Sería el caso de Catalunya, Baleares y la C. Valenciana, que muestran una propensión bruta a viajar por debajo de la que les correspondería según su renta per cápita, e incluso inferior a la media. En términos de diferencias de rankings, mientras que dichas comunidades ocupan los puestos tercero, cuarto, y octavo respectivamente en el ranking de PIB per cápita, en términos de propensión bruta a viajar los rankings respectivos pasan a ser onceavo, decimoséptimo y decimoquinto. En el extremo opuesto destacan Castilla-La Mancha y Cantabria, con un número de viajes per cápita superior al que les correspondería según su PIB per cápita, y superior a la media.

Como cautela a los resultados aquí obtenidos, tenemos que considerar que la renta como argumento de la función de demanda de turismo, tendría que ser óptimamente en términos de renta familiar discrecional, y mejor aún ajustada en términos de paridad de poder de compra. Así mismo, las desigualdades en la distribución regional de la renta pueden influir en los resultados obtenidos.

3.3. Turismo intra-regional

Del estudio de la concentración de la demanda respecto de los destinos (Dij/Di), destaca la importancia del turismo dentro de las fronteras de cada comunidad, con una media de 38,06% de los viajes, si bien con una dispersión notable, del 59,84% de la media.

Dicha concentración es especialmente elevada en Canarias y Andalucía, regiones en las que el turismo intra-regional supera el 50% y puede llegar a alcanzar hasta más de $\frac{3}{4}$ partes del total (caso de Canarias) (tabla 5). También en Catalunya, Galicia y la Comunidad Valenciana es notable el turismo dentro de la propia región. Entre las comunidades con menor importancia de dicho turismo se encuentran Madrid y el País Vasco, en las que no alcanzan el 10% de la demanda total, seguidas de La Rioja, Navarra, Cantabria y Baleares, con proporciones entre el 14% y el 25%.

Canarias	78,13%	Asturias	27,13%
Andalucía	67,45%	Extremadura	26,57%
Galicia	48,16%	Baleares	24,88%
Catalunya	43,74%	Cantabria	18,02%
C. Valenciana	41,04%	Navarra	14,50%
Aragón	34,35%	La Rioja	13,96%
Murcia	32,35%	P.Vasco	7,16%
C-León	31,88%	Madrid	4,33%
C-La Mancha	28,68%	TOTAL	34,05%

Tabla 5: Poder de mercado del propio mercado (en % de viajes recibidos)

Para todas las comunidades, excepto Madrid y el País Vasco, el turismo intraregional es el más importante, no habiendo ninguna comunidad de destino con una cuota de mercado superior (para cada origen).

La magnitud del turismo intra-regional puede deberse a varias razones. En el caso de Baleares y Canarias, y también en regiones situadas en los extremos de la geografía española, el efecto de la distancia y las comunicaciones puede ser una razón explicativa. En otras, puede ser importante la dimensión geográfica de la comunidad, como en el caso de Andalucía (en sentido positivo) y de Madrid y el País Vasco (en sentido negativo). Cabe destacar además que algunas de las comunidades con mayor proporción de turismo intra-regional son comunidades típicamente turísticas, que

concentran gran parte de la oferta de alojamiento en España. Aunque no es éste el caso de Galicia.

3.4. Concentración de los mercados de origen

Otra característica muy notable es la elevada concentración de cada mercado de origen en unos pocos destinos. La Tabla 6 reproduce los índices de concentración, calculados a partir de los destinos que absorben una cuota de mercado (de cada origen) igual o superior al 5,55%². Todos los mercados están altamente concentrados, con una media del 75,33%. Sin embargo, cabe tener en cuenta que la concentración se distribuye en un número desigual de destinos, desde el extremo de Andalucía con un único destino (la propia comunidad), al País Vasco, con nueve comunidades de destino principales. También es de destacar que el destino “extranjero” no participa al menos en un 5,55% de la demanda generada en 5 comunidades, a saber Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura, Murcia y La Rioja. Pero es un destino importante para Baleares, Catalunya, Navarra y el País Vasco, con cuotas de mercado superiores, entre un 10% y un 16%. Son estas últimas comunidades las que tienen mayor proximidad geográfica con el extranjero (excepto Baleares), especialmente con Francia y Andorra, lo que podría ser un factor explicativo. Sin embargo, también Portugal es fronteriza con algunas comunidades de España, pero para éstas el flujo de turismo hacia el extranjero es mucho menos importante, quizás debido a que las comunicaciones terrestres son menores.

Por lo que se refiere al grado de concentración de cada destino, se ha medido a través del número de clientes (orígenes) con una participación en el mercado de destino igual o superior a 5,88%³. La concentración oscila entre un mínimo de 2 clientes (en el caso de Canarias) hasta un máximo de 8 en el caso de Madrid. Sin embargo, la concentración medida a través del índice de concentración generalmente empleado (cuota de mercado absorbida por los cuatro clientes dominantes) es mucho mayor, y viene explicada para muchas regiones, por la importancia del turismo intra-regional. Las comunidades más relevantes como demandantes (por tanto con “poder de mercado”), para los distintos destinos fueron Madrid (relevante para 18 comunidades), Catalunya (12), C.Valenciana y el País Vasco (10), Castilla-León (8), Andalucía (7), y Castilla-La Mancha (5). Las restantes comunidades no eran especialmente relevantes para ninguna comunidad autónoma de destino, excepto la propia y otra más como máximo (dos más en el caso de Navarra).

² 5,55% es el resultado de 1/18 ya que hay 18 destinos (las 17 comunidades autónomas más el exterior).

³ 5,88% es el resultado de 1/17, ya que se consideran las 17 comunidades autónomas de origen.

origen	indice de concentracion ($\geq 5,55\%$)	nºdestinos \geq 5.55%	extranjero incluido
Andalucía	67,45%	1	NO
Aragón	80,47%	5	SI
Asturias	70,63%	5	SI
Baleares	76,12%	5	SI
Canarias	83,99%	2	SI
Cantabria	66,75%	6	SI
C-La Mancha	77,97%	4	NO
C-León	74,55%	7	SI
Catalunya	73,64%	4	SI
C. Valenciana	85,76%	7	SI
Extremadura	72,18%	4	NO
Galicia	73,32%	4	SI
Madrid	65,12%	5	SI
Murcia	82,87%	5	NO
Navarra	81,26%	8	SI
P.Vasco	77,42%	9	SI
La Rioja	71,07%	7	NO
media	75,33%		
st.desviación	6,00%		
coef.variación	7,96%		

Tabla 6: Participación en el mercado de origen, por cada destino

3.5. Dominio de mercado ostentado por cada destino

Por lo que se refiere al dominio de mercado que ostenta cada destino, medido a través del número de mercados de origen en el que cada destino tiene un poder de mercado igual o superior al 5,55%, destacan las siguientes regiones: Andalucía (en 12 mercados), el extranjero (12) y Madrid (11), seguidos de la Comunidad Valenciana (9), Castilla-León (8), Catalunya (7) y las demás regiones ya a más distancia. En el extremo opuesto están Murcia, Navarra, Baleares, Canarias y Extremadura, que sólo tienen poder de mercado en la propia región.

3.6. Atracción entre regiones

Por último, los resultados muestran la existencia de una atracción muy elevada de cada comunidad por sí misma, excepto en el caso de Madrid (tabla 7, coeficientes superiores a la unidad). La atracción intra-regional es también la más elevada para cada comunidad, excepto en el caso del País Vasco. Los destinos más turísticos en términos de viajes domésticos recibidos –Andalucía, Catalunya, C.Valenciana y Castilla-León) presentan una atracción intra-regional elevada, pero menor que en otras comunidades.

Ello se explica porque resultan atractivas no solamente para el mercado propio, si no también para el conjunto del mercado español en general. Otras regiones como La Rioja, Baleares, Canarias, etc. menos turísticas, presentan una atracción intra-regional superior, ya que resultan menos atractivas comparativamente para otras comunidades.

	Anda	Arag	Astu	Bale	Cana	Cant	C-Ma	C-Le	Catal	C.Va	Extr	Gali	Madr	Murc	Nava	P.Vas	Rioja	Extr	
Andalucía	3,87										1,16							2	
Aragón		8,55							1,92							1,24	1,02	4	
Asturias			9,63			1,67		2,33				1,65	1,06		1,10	1,15		1,02	8
Baleares				12,46					1,09				1,42					1,76	4
Canarias					19,56														1
Cantabria			2,21			7,46		1,92					2,13		1,37	2,33	1,59		7
C-La Mancha							5,36			2,05	1,41		2,59	1,34					5
C-León			1,95			2,58		3,73				1,13	1,22			2,37			6
Catalunya		1,54		1,94					3,82									1,85	4
C. Valenciana		1,66					1,35			3,23				1,31				1,06	5
Extremadura	1,21										8,55		2,98			1,80			4
Galicia			2,81									9,16	1,46					1,02	4
Madrid			1,29			1,03	1,99	1,57		1,49	1,69			1,23					7
Murcia							1,23			1,71				12,43					3
Navarra		1,53				1,94									13,58	4,31	16,61	1,27	6
P.Vasco		1,06		1,03		3,88		2,16			1,41	1,32			3,68	3,59	4,10	1,27	10
La Rioja		2,03	1,86			2,38		1,50	1,04				2,15		2,27	2,49	16,46		9
	2	6	6	3	1	7	4	6	4	4	5	4	8	4	5	8	5	5	7

Tabla 7: Coeficientes de atracción > 1

Por lo que se refiere a la atracción entre comunidades, se encuentran 70 casos de atracción, de los 306 posibles. Las regiones destino que ejercían mayor atracción sobre las regiones de origen eran el País Vasco y Madrid (8 regiones), seguidas de Asturias, Aragón, Cantabria y Castilla-León (6-7). Las regiones “menos atractivas relativamente” eran Andalucía, Baleares y Canarias (como máximo dos regiones aparte de la propia). Mientras el caso de Andalucía puede explicarse por ser atractivo globalmente (y por tanto menos para alguna región en particular), Baleares y Canarias no eran regiones típicamente turísticas para el turismo doméstico.

Desde la óptica de los orígenes, La Rioja, el País Vasco y Asturias, y también Madrid y Cantabria eran las regiones atraídas relativamente, por un mayor número de destinos (última columna de la Tabla 14). Por lo que se refiere al destino “extranjero”, siete comunidades eran especialmente atraídas (Baleares, Catalunya, seguidas de Navarra y el País Vasco, y después Asturias, Valencia y Galicia). También cabe destacar que las relaciones de atracción no son simétricas entre regiones, Por ejemplo, los aragoneses eran atraídos por Catalunya un 855% superior a la atracción teórica, mientras en sentido contrario la atracción era solamente un 54% superior.

En general se observa un patrón de atracción especialmente significativo con relación a la propia región y a las colindantes. Este patrón induce a considerar la posible capacidad explicativa de los costes de viaje (monetarios y no monetarios) en la determinación de los flujos territoriales turísticos en España, así como la extensión de las segundas residencias, que generalmente tienden a estar relativamente próximas al lugar de residencia.

4. Conclusiones

El mercado turístico doméstico español se caracteriza por una concentración regional elevada, tanto por lo que se refiere a los mercados de origen como a los de destino. El análisis realizado ofrece indicios sobre el papel de la población y la renta regionales como factores explicativos de dicha concentración, si bien no parecen explicar la totalidad de la misma. También la oferta (destinos) está altamente concentrada, y existe una notable coincidencia (aunque con excepciones) entre las comunidades autónomas más demandantes y las mayores receptoras. La concentración de los destinos puede explicarse en parte por la elevada tendencia que en general se observa hacia el turismo intra-comunidad, posiblemente afectada por los costes de desplazamiento y el efecto de las segundas residencias en los flujos turísticos.. También destaca la elevada concentración en pocos destinos, de cada mercado de origen, y de cada mercado de destino en un reducido número de clientes (orígenes).

Por lo que se refiere a la atracción entre comunidades, se observan 70 casos de atracción, de un total de 306 posibilidades, es decir, un 23% del total. El análisis conjunto de dichas atracciones parece así mismo apuntar la importancia de los costes de viaje, y los efectos de la tenencia de segunda residencia, en las decisiones de los españoles relativas a los destinos de sus viajes; ello parece especialmente importante si se tiene en cuenta que la mayor parte de los mismos se realizan por motivo de ocio y vacaciones, y visita a familiares y amigos.

Referencias

- Bull, A. (1991), *The Economics of Travel and Tourism*, Pitman Publishing, Melbourne.
- Pedreño, A. y Monfort M. (1996), *Introducción a la Economía del Turismo en España*, Cívitas, Madrid.
- Barke M, Towner J, y Newton M.T. (1966), *Tourism in Spain. Critical issues*, CAB International, Oxon.
- Eurostat (2001), *Encuesta Anual de Servicios, Eurostat Yearbook*, Eurostat.
- Instituto de Estudios Turísticos (2001), *Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur), año 2000*, IET, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos (2000), *Frontur, 1999*, IET, Madrid.
- Instituto Nacional de Estadística, Web, www.ine.es
- Instituto Nacional de Estadística (2000), *Encuesta de Ocupación en Hoteles*, INE, Madrid.
- Instituto Nacional de Estadística (2000), *Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos*, INE, Madrid.
- La Caixa de Pensions i d'Estalvis (2001), *Anuario Económico de España 2001*, La Caixa, Barcelona.
- Secretaría de Estado de Comercio y Turismo (2001), *Evolución del Turismo en España, año 2000*, Ministerio de Economía, Madrid.
- Usach, J. (1998), Análisis de los Flujos Interregionales de la Demanda Turística Interna Española, *Estudios Turísticos* 136, 27-43.