

# EL TURISMO IBÉRICO: UN ESTUDIO DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA

Por

SARA MORGADO NUNES Y ANA RITA GARCIA

*Escola Superior de Gestão, Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal*

**SUMARIO:** RESUMEN.- ABSTRACT.- 1. INTRODUCCIÓN.- 2. EL TURISMO IBÉRICO.- 3. APLICACIÓN A INDICADORES DE AFLUENCIA TURÍSTICA.- 4. CONSIDERACIONES FINALES.- 5. BIBLIOGRAFÍA

## RESUMEN

La importancia del Turismo en el contexto económico europeo es, en la actualidad, un importante motor de desarrollo e impulso para muchos otros sectores de la Economía. Las alteraciones demográficas, la mejoría de los niveles de calidad de vida, la evolución de los transportes y la globalización, han sido factores determinantes en el crecimiento de la actividad turística. Caracterizada por la diversidad de atracciones y por una elevada calidad en sus servicios de turismo, la Europa es hoy el principal destino turístico del mundo. En el contexto ibérico, esta realidad no es diferente. En España y Portugal, el Turismo es hoy un sector transversal, con implicaciones en muchas otras actividades económicas. Asume pues extrema importancia la caracterización de las estructuras de afluencia turística en las diversas regiones de España y Portugal, con vista al mejoramiento y adaptación de la oferta, a un perfil de turista específico. En este estudio se ha procedido a una caracterización de la estructura de la afluencia turística en las diferentes regiones ibéricas, según la proveniencia geográfica de los turistas que mayoritariamente las visitan.

**Palabras Clave:** Turismo; Afluencia Turística; Análisis de Correspondencias

## ABSTRACT

The importance of the Tourism in the European economic context is, at the present time, an important development motor and pulse for many other sections of the Economy. The demographic alterations, the improvement of the levels of life quality, the evolution of transports and the globalization, have been decisive factors in the growth of the tourist activity. Characterized by the diversity of attractions and a high quality in its services of tourism, Europe is today the main tourist destiny of the world. In the Iberian context, this reality is not different. In Spain and Portugal, the Tourism is today a traverse section, with implications in many other economic activities. It assumes it carries to an extreme importance the characterization of the structures of tourist affluence in the several areas of Spain and Portugal, with view to the improvement and adaptation of the offer, to a profile of specific tourist. In this study we proceed to a characterization of the structure of the tourist affluence in the different Iberian areas, according to the tourists' geographical provenience that mainly visits them.

**Key-Words:** Tourism; Tourist Affluence, Correspondence Analysis

## 1. INTRODUCCIÓN

Aunque no se conozca con exactitud el origen del término “turista”, se cree que ha empezado a utilizarse durante el siglo XVIII en el contexto de los viajes que los ingleses, oriundos de estratos sociales elevados, realizaban por el continente europeo como complemento de su educación. Estos viajes recibían el nombre de *Grand Tour*, más tarde *Tour* y a las personas que las hacían, se les llamaba *tourists*. En inicios del siglo XIX se empieza a utilizar el vocablo “turista” para designar las personas que viajaban por placer. El viaje turístico integraba entonces el deseo de conocer las particularidades y forma de vivir de otras poblaciones, sus tradiciones, su exotismo, descubrir nuevos paisajes o el carácter histórico de otros pueblos (Cunha, 2003).

Actualmente, se acepta la definición de Turismo propuesta en 1993 por la Comisión de Estadísticas de la ONU por recomendación de la Organización Mundial del Turismo:

- 1) Visitante es toda la persona que se desplaza a un lugar fuera de su ambiente habitual durante un período inferior a 12 meses consecutivos y cuyo motivo principal de la visita es otro que no sea el de ejercer una actividad remunerada en ese lugar;
- 2) Turista es todo el visitante que pasa al menos una noche en un establecimiento de alojamiento colectivo o en un alojamiento privado en el lugar visitado;
- 3) Visitante “del día” (en substitución del término “excursionista”) es todo el visitante que no pasa la noche en el lugar visitado.

En suma, la Organización Mundial del Turismo (1994) entiende que el Turismo incluye las actividades desarrolladas por personas a lo largo de viajes y estadas en locales ubicados fuera de su ambiente habitual, por un período consecutivo que no sobrepase un año, con fines recreativos, de negocios u otros.

Según Mathieson & Wall (1982), Turismo es el movimiento de personas para fuera de sus lugares normales de trabajo y de residencia, las actividades desarrolladas durante su permanencia en esos destinos y las facilidades creadas para satisfacer sus necesidades. Estos autores enfatizan la complejidad de la actividad turística y las relaciones implicadas. Aunque las referencias a la actividad turística en general enfatizan el turismo internacional, se constata que los movimientos turísticos dentro de cada país son, muchas veces, de dimensión superior a los flujos internacionales.

El Turismo constituye actualmente un vector importante en la economía de

muchos países. La importancia del Turismo se puede medir por los efectos multiplicadores que genera en muchos sectores de la actividad económica. El Turismo se está asumiendo como una importante actividad económica a nivel mundial, sobrepasando, en algunos casos, sectores que tradicionalmente lideran la Economía. La Organización Mundial del Turismo prevé que las recetas asociadas al turismo mundial en el año 2020 rondan los 2 billones de dólares americanos, lo que implica un crecimiento medio anual entre los 6 y 7%, mientras el crecimiento de la economía mundial se estima en 3,3% al año.

Según varios autores, la procura turística puede evaluarse mediante indicadores como la permanencia, estacionalidad, tasa de partida, índice de preferencia y el índice de saturación (Cunha, 2003). Por otra parte, la capacidad de retención de un determinado destino turístico depende de sus condiciones para proporcionar una estada atractiva y agradable. Este aspecto es particularmente importante si tenemos en cuenta que las recetas proporcionadas por el turismo dependen más de la duración de la estada que del número de turistas. A su vez, la capacidad de retención del turista en una región, está pendiente de múltiples factores locales relacionados con las condiciones naturales existentes (paisajes, playas, termas, nieve, etc), con las inversiones realizadas (infra-estructuras, alojamiento, diversiones, parques de atracción, etc) o con la capacidad creativa (manifestaciones culturales, informaciones sobre la región, organización de actividades para ocupación de tiempos libres, etc.).

La estacionalidad es consecuencia de las condiciones climatéricas, de las épocas de vacaciones, en particular de los estudiantes y de algunas profesiones. Algunos destinos registran una elevada concentración de la demanda turística en uno o dos meses de verano (playas), otros registran mayor demanda en el invierno (montañas de deportes de invierno), otros, todavía, son sobre todo visitados después del período de verano (grandes centros urbanos).

La tasa de partida o propensión para viajar traduce la participación de un determinado país en el Turismo y está determinada por la relación entre el número de personas que permanece por un período superior a cuatro días fuera de su ambiente habitual y la población total. Este indicador mide el grado de importancia de un país como mercado generador de turismo.

El índice de preferencia permite conocer las condiciones de atracción disponibles en las regiones. Es cierto que la capacidad de atracción no se mantiene igual a lo largo del tiempo. Por otra parte, se sabe que, destinos con características y condiciones semejantes no consiguen captar corrientes turísticas idénticas. Asume

extrema importancia la evaluación de cada destino en términos de preferencias ejercidas sobre los movimientos turísticos y su evolución temporal, analizando la relación entre el número de turistas llegados a un país o registrados en todos los medios de alojamiento.

El Turismo asume una importancia creciente en la realidad económica de España y Portugal. En este contexto, entendemos ser de particular relevancia la caracterización de la afluencia turística en estos dos países. Para eso se definen los perfiles de las regiones-producto de España y Portugal y se analizan índices de afluencia turística por país de proveniencia de los turistas.

## 2. EL TURISMO IBÉRICO

España y Portugal disfrutan de una localización geográfica privilegiada, una vastísima oferta en lo que respecta al patrimonio cultural, histórico, ambiental y natural, con períodos de exposición solar de los más elevados de Europa. Uniendo a estos factores otros como la facilidad de acceso y la estabilidad social y política, la Península Ibérica atrae anualmente miles de turistas de las más diversas proveniencias geográficas. La Península Ibérica posee pues, en este dominio, capacidad competitiva.

Un análisis comparativo de los catálogos publicitarios de destinos como España, Portugal, Grecia e Italia - destinados al Reino Unido y Alemania, efectuado por la Confederación del Turismo Portugués, en 2005, ha revelado que, cuando se refieren a Portugal, los operadores *Neckermann*, *Tui*, *Thomas Cook*, *Olimar* y *Cadojan*, solamente indican Algarve, Madeira y puntualmente, Açores y Lisboa. Los números ponen de manifiesto que la oferta turística proporcionada por España es muchísimo mayor, cuando comparada a la de Portugal (Confederação do Turismo Português, 2005).

España presenta una vasta oferta turística. Un recorrido por los guías existentes en el mercado (American Express, 2007; Turismo de España, 2008), permite hacer una breve caracterización del turismo español.

Andalucía es la región más diversificada de España. Las playas de la Costa del Sol, atraen a los que buscan mar y sol. Almería es la región más árida de toda Europa. Los picos más altos de España continental se localizan en Sierra Nevada, donde la temperatura es muy baja en invierno con precipitación abundante en forma de nieve. Denominada por muchos como “el puente entre continentes”, “la puerta de Europa”, o “punto de encuentro entre mares”, Andalucía ha sido palco

de la vivencia humana desde la Prehistoria hasta la actualidad. Los sucesivos invasores han dejado sus marcas en la región, desde las ciudades de Córdoba e Itálica, construidas por los romanos, a la Mezquita de Córdoba y el Palacio de Alambra, en Granada, reconstruidos y perfeccionados por los moros. Los toros, el flamenco, el jerez, la literatura y la ópera (Carmen, el Barbero de Sevilla...) son pilares de la identidad andaluza.

Aragón incorpora, también, una gran variedad de escenarios, desde los picos cubiertos de nieve del Parque Nacional de Ordesa, en los Pirineos, hasta las planicies secas del interior. Las ciudades de Zaragoza y Teruel cuentan con los monumentos mudéjares y un vasto patrimonio que atrae turistas.

Asturias, provincia bajo el patrocinio del heredero del trono de España, ofrece oportunidades para el alpinismo y paseos pedestres, con sus cumbres escarpadas, mientras en la costa encontramos playas arenosas. Las principales ciudades son Oviedo, capital de la provincia, Gijón, Avilés, Langreo y Mieres donde se concentra la mayor parte de la población, contrastando con las áreas de "vacío humano" que corresponden a las regiones montañosas.

Cantabria, cuya capital es Santander, está ubicada en el norte de la Península Ibérica. Se destaca por un amplia oferta cultural, sobre todo en verano con sus museos, ferias taurinas y juegos. El turismo rural y la búsqueda de contacto con la naturaleza se buscan cada vez más a menudo. Cantabria conserva numerosos pueblos que mantienen el paisaje, las tradiciones, los costumbres, en fin, la identidad rural.

La Comunidad de Castilla-La Mancha es heredera de la región histórica de Castilla la Nueva. Visitar sus ciudades y pueblos, apreciar sus monumentos, conocer su historia, degustar la gastronomía tradicional o participar en las fiestas populares son atractivos de esta comunidad. El Románico del norte de Guadalajara, la ruta de D. Quijote de la Mancha, las Lagunas, las cuevas y abrigos prehistóricos de Los Casares, constituyen puntos de interés.

Los reinos de Castilla y León han tenido un importante papel durante la Edad Media y Reconquista. De esta época hasta hoy, el hombre ha dejado muestras de la arte y cultura en el territorio; Castilla y León heredaron un conjunto histórico y artístico que apreciamos por las calles en ciudades como Salamanca o Burgos. Los castillos ponen de manifiesto el pasado histórico de esta comunidad; omnipresentes en el paisaje, singulares en la localización, plantados por toda la geografía regional, no existe monte que no tenga las imponentes fortificaciones, que ha hecho respetables los señores de Castilla y León. Aquí las grandes

celebraciones religiosas de Semana Santa se convierten en extraordinarios museos de arte.

Cataluña, situada en el nordeste de la Península Ibérica, tiene como capital Barcelona y posee un gobierno, una cultura diferenciada y reconocida, un idioma propio: el catalán. Los principales destinos en Cataluña son Barcelona, con un patrimonio histórico-cultural relevante, y las playas de Costa Brava y Costa Dorada. Los conciertos, festivales y celebraciones populares, llenan las localidades de animación. Las habaneras, canciones tradicionales que recuerdan los viajes de los marineros en épocas pasadas, pueden escucharse en las noches de verano.

Extremadura tiene un pasado histórico común con Portugal. Un sin fin de demostraciones folclóricas, nacidas en tiempos ancestrales, pueden ser apreciadas en esta comunidad: el fin de las cosechas y la Cuaresma, marcan los principales períodos de ferias y fiestas. Extremadura es una amalgama de climas, costumbres y edificios que forman el patrimonio histórico-artístico.

En las Islas Canarias encontramos playas de fina arena, que gozan de una temperatura primaveral durante todo el año. Son formadas por siete islas (Gran Canaria, Fuerteventura, Lanzarote, Tenerife, La Palma, Gomera y Hierro) y siete islas menores. Tenerife es la más extensa (2.059 Km.<sup>2</sup>) y ahí se encuentra el Parque Nacional de Teide y el pico de Teide, con 3.718 metros de altitud, el más alto de España.

Las Islas Baleares están localizadas en el Mar Mediterráneo, siendo las principales Mallorca, Menorca, Cabrera, las islas Pitiusas, Ibiza y Formentera. Mallorca, con casi 80 Km. de extensión, se destaca por su diversidad, por sus playas blancas, con aguas claras y límpidas, ideales para el baño y para la práctica de actividades náuticas. Aquí el *golf* es también una actividad importante y existen numerosos campos adaptados a todos los niveles. La buena comunicación aérea y marítima existente permite llegar fácilmente a las otras islas a partir de Mallorca.

Galicia, comunidad autónoma situada en el noroeste de España, con estatuto de nacionalidad histórica, es célebre tanto por sus paisajes, verdes en los campos y plateadas en el mar, como por las edificaciones que van desde las pintorescas casas hasta las joyas monumentales. El cabo de Finisterre atrae a muchos turistas. El interior es, esencialmente, montañoso y, en litoral, surcado por numerosos ríos, se siente la acción moderada del mar.

Madrid, localizada en el centro, es la capital de España. Se caracteriza por una vida cultural activa, llena de bibliotecas, universidades, museos, exposiciones

y todo el tipo de actos culturales que enriquecen la vida en la ciudad. El ocio está garantizado a través de una amplia oferta de teatros, óperas, zarzuelas y conciertos, fiestas populares y ferias taurinas a lo largo del año.

La comunidad autónoma de Murcia, tiene como capital Murcia, aunque Cartagena sea la capital legislativa. El folclore combina manifestaciones religiosas de larga tradición con fiestas de raíz pagana. La costa, con cerca de 200 playas, en los mares Mediterráneo y Menor, se ha convertido en una de las más importantes concentraciones turísticas de Costa Cálida.

La Comunidad Foral de Navarra tiene como capital Pamplona. La artesanía y folclore son muy ricos, manifestándose en todas las fiestas populares, siendo la de los San Fermín, en Pamplona entre el 6 y el 14 de julio, la más conocida internacionalmente

El País Vasco posee "nacionalidad histórica" reconocida por la Constitución Española y está partido en 3 provincias: Álava (Araba), Biscaia (Bizkaia) y Guipúzcoa (Gipuzkoa). Además de las montañas con maravillosos paisajes, los atractivos de esta comunidad pasan por la práctica de deportes de montaña. La riqueza de la cultura tradicional deriva de su situación estratégica a partir de la cual los marineros vascos alcanzaron las lejanas costas de Terranova y Gronelandia. En el País Vasco se encuentra un folclore muy peculiar, visible en las fiestas populares y en los deportes autóctonos, como la conocida Pelota Vasca.

La Comunidad Valenciana, está bañada por el mar Mediterráneo, integra las provincias de Alicante, Castellón, y Valencia. Las fiestas, como Las Fallas, cuya origen se pierde en el tiempo, o las Fiestas de Moros y Cristianos, declaradas de interés turístico internacional, que conmemoran las batallas otros tiempos tan frecuentes en este litoral, son ofertas turísticas de gran interés. La artesanía, rica y abundante en sus manifestaciones, puede ser apreciada en ferias como La Muestra de Artesanía de Altea.

Sin duda, España posee una múltiple y vasta oferta que contempla un conjunto de opciones susceptibles de interesar a turistas de las más distintas clases sociales y con los más diversos intereses.

Desde el punto de vista promocional, es posible identificar en Portugal diversas regiones-producto (áreas promocionales), que presentan características homogéneas de oferta.

Por la Región Norte, solares de la antigua nobleza abren sus puertas al turismo de habitación. Entre las atracciones de la Región Norte se destaca la ciudad de Porto, que ha dado nombre a Portugal y cuyo centro histórico es un conjunto



arquitectónico de excepcional valor siendo Patrimonio de la Humanidad. Se destaca también la ciudad de Guimarães, conocida como la cuna de la nación; el impresionante paisaje dibujado por el Río Duero, inscrito también como Patrimonio de la Humanidad, una gastronomía única, a par del Vinho do Porto son ofertas que muchos turistas elijen. El Parque Nacional Peneda Gerês es también lugar de paisaje deslumbrante y de prácticas deportivas alternativas.

En el Centro, los Castillos de Frontera son monumentos que ayudan a comprender la cultura y vivencia de los antepasados. Muchos de ellos calificados como monumentos nacionales, son, mayoritariamente, construcciones de los siglos XI, XII e XIII; han tenido vocación militar de defensa y han permitido la consolidación del territorio nacional. Esta región, de historia rica y diversa, ostenta marcas culturales específicas. En las grandes ciudades los monumentos hablan de los momentos importantes de la evolución histórica del país. Los cascos históricos de las ciudades, las catedrales de Aveiro, Coimbra, Viseu y Guarda llaman turistas. Las colecciones de arte de los museos, como el de Aveiro, instalado en el Convento de Jesus, el Museo Grão Vasco, en Viseu, el Jardín de las Estatuas en Castelo Branco, son espacios que invitan a la visita. Conímbriga expone 2000 años de historia en un preservado conjunto de ruinas romanas. Coimbra es el local para conocer los amores prohibidos de Don Pedro y Doña Inés, en la Quinta das Lágrimas. Esta ciudad es una de las más famosas de Portugal, con la Universidad, las tradiciones estudiantiles y el Fado de Coimbra. La Sierra de Estrella ofrece óptimas oportunidades para montañismo y escalada. Subir a los 1991 metros en primavera, recorrer caminando 375 Km. de caminos entre lagunas graníticas y hondos valles, hacer *rappel*, *slide* o BTT son actividades que se nos proponen.

Lisboa ubicada en la orilla del Tajo es una de las pocas capitales europeas con río y mar. La ciudad, desde siempre, se ha abierto acogedora a muchas llegadas y partidas. Ha tenido como punto alto la época de las Descubiertas. Fue de las playas del Tajo que partieron las carabelas y naus para llegar por mar hasta la distante India. En la orilla del río, dos grandes monumentos, entre otros, señalan este período: la Torre de Belém y el Mosteiro dos Jerónimos. Después del terremoto de 1755, el centro ha sido reconstruido, sin embargo muchos barrios han permanecido. Caminando, en tranvía de barco en un paseo por el Tajo o en metro es posible descubrir la diversidad cultural que Lisboa ofrece. En Sintra, los paseos en coche, los misterios de la sierra y de la Quinta da Regaleira y la riqueza de un patrimonio arquitectónico único, del cual el Palacio da Pena es *ex-libris*,

invitan al visitante a permanecer en estos locales. Ubicada cerca del mar, Cascais se ha vuelto, a partir de la 2ª mitad del siglo. XIX, una estancia de veraneo preferida por la aristocracia.

Alentejo posee planicies a perder de vista y que combinan sol y calor. En el interior se destaca la llanura, las plantaciones de cereales, mientras el litoral reúne agradables playas concurridas y otras en estado salvaje, entre la Foz del Sado y Algarve. En un paraíso natural de arena y mar, la playa avanza por Porto Covo, Milfontes, Almogrove y Zambujeira do Mar. Aún así, ni solo de playa vive esta costa. Mucho más hay para hacer: *surf*, buceo, pasear por los castillos y pueblos de Alentejo que mantienen todavía las costumbres tradicionales y productos regionales de calidad.

Algarve es conocido por su agradable clima, a lo largo del año, por las playas fabulosas, por la orla costera repleta de playas que invitan a los deportes náuticos, por los campos de *golf* y por las sofisticadas estructuras hoteleras.

En Açores, en pleno Atlántico, la naturaleza se encuentra, en algunos espacios, en estado puro, de vegetación intocada. Son nueve las islas de Azores que invitan a la aventura, al buceo, montañismo y a la observación de la fauna marina. En la isla de Faial, se pueden observar más de 24 especies, desde la ballena azul, el mayor animal de la Tierra, a los cachalotes y delfines. Se suele denominar “isla azul” y las hortensias prolongan los caminos hasta el mar. La capital, Horta, tiene una marina, ícono para los que cruzan el Atlántico y es conocida entre los navegantes de todo el mundo. La pesca de alto mar, el buceo, la escalada, el parapente, el *rapell* o vuelos de ultra ligero son algunas de las actividades que pueden practicarse en Açores. Ahí se encuentra, también, un vasto patrimonio histórico; sobresalen los templos y las artes de caza a las ballenas. En la isla Terceira, la ciudad de Angra do Heroísmo es Patrimonio Mundial gracias a su centro histórico renacentista. Merecen atención bonitas casas de arquitectura tradicional, la catedral, la Iglesia de Nossa Senhora da Guia, el Museo de Angra y el Palácio dos Capitães Gerais.

Madeira proporciona un turismo activo ofreciendo deportes de aventura por tierra y por mar; ala delta, parapente, buceo, *surf*, *rappel*, *trekking* y paseos pedestres que posibilitan el contacto directo con la naturaleza. Este archipiélago detiene un patrimonio natural de elevada importancia científica, destacándose la Floresta indígena denominada *Laurissilva*, que ha sido reconocida por UNESCO como Patrimonio Natural Mundial (American Express, 2005; Turismo de Portugal, 2008).

El breve análisis desarrollado por las diferentes regiones turísticas de Portugal y España, evidencia que son muchos y muy diversos los tipos de turismo que la Península Ibérica proporciona. Son visibles las semejanzas entre estos dos países en el ámbito de la oferta. La diferencia más obvia se sitúa al nivel de la dimensión y promoción de los destinos ofrecidos por estos dos países. Interesa pues conocer la proveniencia geográfica de los turistas y las regiones que eligen.

### 3. APLICACIÓN A INDICADORES DE AFLUENCIA TURÍSTICA

Las medidas estadísticas de afluencia turista más comúnmente utilizadas son el número de entradas por las fronteras, el registro de huéspedes en los diversos medios de alojamiento y los gastos efectuados por los visitantes. En este estudio se utilizó como indicador el número de dormidas en los establecimientos hosteleros, siendo de esta forma posible evaluar tanto los movimientos turísticos de los no residentes (turismo receptor) como el turismo de los residentes (turismo doméstico).

El conjunto de datos en análisis ha sido obtenido a partir de los sitios de Internet del Instituto Nacional de Estadística Portuguê (s) (<http://www.ine.pt>) y del Instituto Nacional de Estadística Español (<http://www.ine.es>) y se refiere al número de turistas que han visitado Portugal y España durante el año de 2006, según la proveniencia geográfica: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Suecia, Otros Países de la Unión Europea (UE), Otros Países de Europa y Estados Unidos de América (EEUU).

Las regiones españolas en estudio fueron Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Castilla - La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, La Rioja y Ceuta y Melilla. Las regiones portuguesas en estudio han sido Açores, Alentejo, Centro, Lisboa, Madeira y Norte. El análisis estadístico de los datos se ha realizado con la versión 16.0 del *software* SPSS.

En 2006, Portugal y España han recibido más de 112 millones de visitantes provenientes de los países considerados. Cerca de 36 millones han visitado Portugal mientras cerca de 76 millones han visitado España. En 2006 España, Reino Unido, Portugal y Alemania han sido los mercados emisores más representativos en lo que respecta a los números de afluencia turística. En particular, es interesante notar que, del total de los turistas que ha visitado la Península Ibérica,

45% son españoles, 13,5% son ingleses, 12,1% son portugueses y 9,7% son alemanes. Relativamente al turismo interno, se destaca que los españoles tienen un peso de 62% en el turismo español, mientras los portugueses contribuyen en un 34,2% para el turismo en su país. Por otra parte, los españoles representan el 8,9% del turismo en Portugal, mientras los portugueses contribuyen con un 1,6% al turismo español.

Un análisis inicial descriptivo de la afluencia turística por las regiones españolas en estudio, ha puesto de manifiesto algunos aspectos de interés. El hecho de que el turismo en España es sobre todo nacional, queda bien visible al observar que, en todas las regiones españolas, con excepción de Baleares, Canarias, Andalucía y Cataluña, los españoles representan más de 80% de los visitantes. Asturias, Extremadura, Castilla La Mancha, Cantabria, Galicia, Aragón, Castilla y León y Navarra son las regiones en que los españoles asumen representaciones más elevadas en el movimiento turismo local. Se constata, por ejemplo, que el 91,4% del turismo asturiano es debido a los propios españoles. Aunque estas regiones sean mayoritariamente visitadas por turistas nacionales, los portugueses representan todavía el 5,8% del turismo gallego, mientras la región de Navarra acoge un 5,1% de turistas franceses y un 3% de alemanes.

La capital española recibe turistas de las más diversas proveniencias. Sin embargo, el 70,5% de la afluencia turística madrileña es debida a los propios españoles, registrándose también turistas norte-americanos (5,7%) e ingleses (4,6%) pesos significativos.

Es sin duda en las islas Baleares y Canarias que los visitantes extranjeros asumen mayor importancia en los números de la afluencia turística. Los alemanes representan la mayor parte de los turistas que visitan Baleares (38,4%) y Canarias (25,2%), siguiéndose el turismo británico con un peso de 25,3% en las islas Baleares y 20,3% en las islas Canarias.

En Andalucía prevalece el turismo nacional (66,7%), aunque los visitantes ingleses y alemanes, representen un 15,9% del turismo andaluz. A su vez, la región de Cataluña es sobre todo visitada por españoles (48,8%), ingleses (11,4%), franceses (10,8%) y italianos (6,2%).

El análisis de los valores porcentuales más representativos en lo que respecta a la afluencia turística en Portugal, evidencia que, en una gran parte del territorio portugués, el turismo es predominantemente nacional. En particular, se observa que son portugueses el 75,3% de los turistas que visitan Alentejo, el 67,7% de los visitantes de la región Centro, el 63,3% de los que visitan el Norte y el 44,7% de

los visitantes de Açores. A su vez, los visitantes españoles, representan el 13,5% de la afluencia en el Norte, 10,8% en el Centro y el 7,3% en Alentejo.

La capital lusa recibe visitantes portugueses (32,4%), españoles (18,2%), mientras los alemanes, italianos, ingleses y franceses, contribuyen con un 26,7% al total de la afluencia turística en la región de Lisboa.

La afluencia turística en Algarve es marcadamente británica (36,3%). Aquí los turistas nacionales tienen un peso de 23,9%, mientras los visitantes de Alemania y Países Bajos representan el 20,3% del turismo en Algarve. También en las islas, el turismo extranjero asume contornos importantes. El 50% de los visitantes de Madeira son ingleses y alemanes, mientras los portugueses representan un 14,4% de la afluencia. En el caso del archipiélago de Açores, el 44,7% de la afluencia es nacional, mientras los turistas dinamarqueses y suecos contribuyen con un 21,6% para el turismo en esta región.

Teniendo en cuenta que España, Reino Unido, Portugal y Alemania son los mercados emisores con expresión más significativa en el turismo ibérico y que juntos detienen el 80,3% de la afluencia turística, importa observar como se distribuyen las preferencias de estos turistas por las diferentes regiones. Estos análisis han revelado que:

- los turistas españoles prefieren Andalucía (19,1%), Cataluña (12,5%), Comunidad Valenciana (10,4%), Madrid (10,3%), Islas Canarias (4,6%) y Baleares (3,3%);
- los ingleses optan, mayoritariamente, por Algarve (33,1%) pero también por Baleares (13,5%), Madeira (9,4%), Cataluña (9,7%), Andalucía (9,0%), Canarias (8,7%) y Comunidad Valenciana (6,4%);
- los turistas portugueses optan sobre todo por el turismo nacional, eligiendo Algarve (24,5%), Lisboa (17,5%), la región Norte (16,9%), el Centro de Portugal (16,9%) y el archipiélago de Madeira (6%);
- los alemanes visitan prioritariamente las islas Baleares (28,4%), las Islas Canarias (15,1%), Algarve (14,5%) y el archipiélago de Madeira (12,8%).

El análisis de la afluencia turística por región ha revelado que sólo Andalucía, Algarve y Cataluña detienen un 36,7% del turismo ibérico (con pesos de 12,8%, 12,4% y 11,5%, respectivamente).

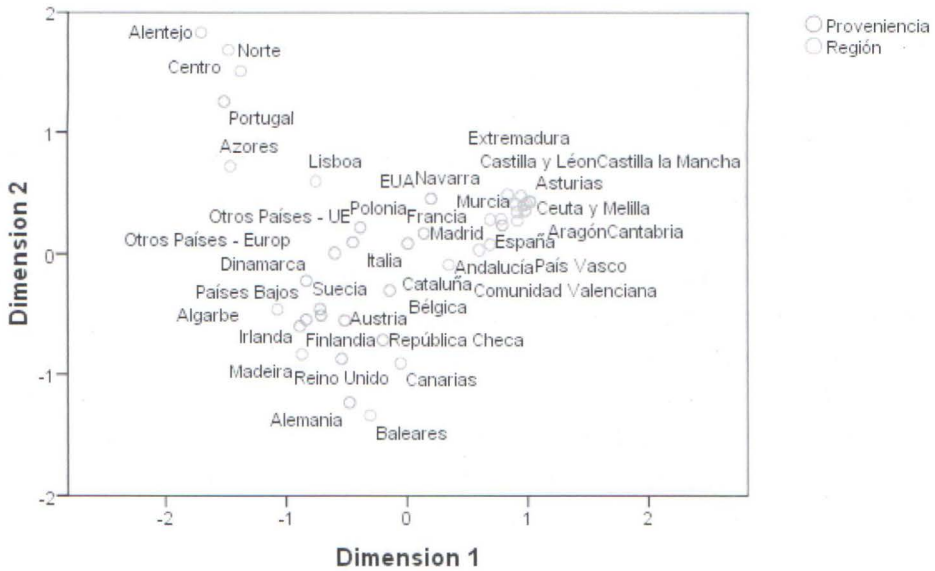
Al conjunto de datos en análisis se ha aplicado la técnica de Análisis y Correspondencias, desarrollada por Benzecri (1973) para el análisis descriptivo y exploratorio de tablas de contingencia de elevada dimensión. Este método estadístico permite visualizar las relaciones más importantes existentes entre un con-

junto amplio de variables. Los resultados del análisis pueden traducirse en gráficos donde aparecen representadas las categorías de cada variable y donde las relaciones entre estas se observa a partir de la distancia entre los puntos que las representan.

En la representación bidimensional, el primer eje recoge un 51,9% de la variabilidad de los datos, mientras al según eje está asociada una variabilidad recogida de 27,8%, sumando un total de 79,8%, lo que indica que es posible obtener una representación de calidad. Por otra parte, el Teste del Ji-Cuadrado para la independencia indica claramente la existencia de una relación entre las regiones españolas y portuguesas preferidas por los turistas y su país de proveniencia ( $p\text{-value} < 0,001$ ).

La representación conjunta de las regiones y del país de proveniencia de los turistas (Fig. 1), permite analizar las relaciones entre las categorías de las variables en estudio. Observando las contribuciones relativas de los puntos región a la inercia de las dimensiones, se constata que Algarve es la región que más contribuye al posicionamiento del eje 1 (con una contribución relativa de 0,212). Un análisis similar de las contribuciones de los puntos proveniencia indica que Portugal y España son las proveniencias más determinantes en el posicionamiento del eje 1 (con contribuciones relativas de 0,423 y 0,415, respectivamente). Otro aspecto importante en el análisis son las contribuciones relativas de los ejes a la inercia de los puntos, las cuales traducen la proporción de varianza de cada categoría que se explica por cada dimensión y la calidad de representación de los puntos en la solución final. Asociadas al eje 1 tenemos las regiones de Andalucía (con una contribución relativa de este eje de 0,981) y las regiones de Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Comunidad Valenciana, Murcia, Navarra, País Vasco, La Rioja y Ceuta y Melilla (todas las contribuciones del eje 1 que sobrepasan los 0,8).

*Fig.1. Representación conjunta de las regiones y de los países de proveniencia de los turistas en el espacio bidimensional.*



Un análisis similar centrado en el eje 2, indica que las islas Baleares son la región que más contribuye para su posicionamiento (con una contribución relativa de 0,263), seguidas del Norte y del Centro de Portugal (con contribuciones relativas de 0,175 y 0,151, respectivamente). La observación de las contribuciones relativas de los ejes a la inercia de los puntos asocia al eje 2 las islas Canarias y Baleares (con contribuciones relativas de este eje de 0,862 y 0,708, respectivamente). Por otra parte, un análisis de las contribuciones de los puntos región al posicionamiento del eje 2, indica que Portugal, Alemania y Reino Unido son las proveniencias más significativas con contribuciones relativas de 0,389, 0,303 y 0,210, respectivamente.

En suma, el eje 1 opone el turismo español al turismo portugués así como las preferencias de los turistas españoles a las preferencias de los turistas portugueses. A su vez, el eje 2 opone un turismo caracterizado por la búsqueda de sol y playa típica sobre todo de las islas Baleares, Canarias, Algarve y Madeira, a un turismo de naturaleza más cultural que las restantes regiones ofrecen. Desde el punto de vista de la proveniencia de los visitantes, el eje 2 aísla los turistas británicos y alemanes, permitiendo identificarlos como los principales clientes del turismo de sol y playa.

Asume pues particular interés la observación de las contribuciones relativas asociadas a los principales clientes del turismo ibérico. Los turistas españoles aparecen claramente asociados al eje 1 (del cual reciben una contribución relativa de 0,926), seguidos de los portugueses (que reciben del eje 1 una contribución relativa de 0,642). Los turistas ingleses y alemanes surgen asociados al eje 2 (con contribuciones relativas de este eje de 0,642 y 0,541, respectivamente).

Un análisis de la distancia relativa entre los puntos región y los puntos proveniencia sugiere que, desde el punto de vista de los mercados emisores, las islas Baleares, Canarias, Madeira y la región de Algarve presentan un perfil semejante, caracterizado por un turismo de sol y playa, apreciado sobre todo por los visitantes de Reino Unido, Irlanda, Alemania, Finlandia, Países Bajos, Suecia, Austria y República Checa.

Las regiones de Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, así como Madrid y Lisboa, presentan una diferenciación clara relativamente a las restantes regiones que se explica por la diversidad de las proveniencias de los visitantes que acogen. Por otra parte el perfil turístico de Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León y Castilla La Mancha surge esencialmente asociado al turismo nacional.

Las regiones portuguesas de Alentejo, Centro y Norte de Portugal, se diferencian de las restantes porque se caracterizan por una afluencia turística sobre todo de los propios portugueses. También en el archipiélago de Açores, los visitantes nacionales asumen una representación importante en términos de afluencia turística, aunque otros países europeos constituyan mercados emisores importantes para el turismo azoreano.

#### 4. CONSIDERACIONES FINALES

El Turismo se ha afirmado, en los últimos años, como un sector de extrema importancia en la economía ibérica, no sólo por los efectos económicos que la actividad turística es capaz de generar sino también porque el Turismo se impone cada vez más como un importante motor de desarrollo en muchas regiones. El crecimiento registrado en el sector turístico y el incremento de apoyo en el ámbito de programas comunitarios, han permitido afirmar el Turismo como una actividad aliciente, atractiva y altamente motivadora.

El estudio desarrollado ha permitido identificar la existencia de vectores comunes al desarrollo de la actividad turística en España y Portugal. Las características naturales, geográficas y climáticas, la accesibilidad, la elevada



competitividad en el dominio de los precios, la hospitalidad y las peculiaridades de la cultura ibérica, constituyen factores que favorecen la afluencia turística. El conjunto de datos en análisis ha puesto de manifiesto que la afluencia turística dominante en Iberia es mayoritariamente española, británica, portuguesa y alemana, aunque sean atraídos visitantes de otros países.

El turismo español se caracteriza por ser un turismo de masas, sin duda más fuerte y consolidado como actividad económica, que el dominante en el contexto portugués. El desafío que se coloca al Turismo Español es mantener y consolidar el desarrollo alcanzado en los últimos años, mientras el desafío para Portugal pasa, por un lado una apuesta en el desarrollo turístico en otras regiones además de Algarve y Lisboa y, por otro, por el intento de diversificación de los mercados emisores que todavía están muy pendientes de Reino Unido y Alemania.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

AMERICAN EXPRESS (2007): *Guia American Express Espanha*. Dorling Kindersley, Civilização Editores: Lisboa.

AMERICAN EXPRESS (2005): *Guia American Express Portugal*. Dorling Kindersley, Civilização Editores: Lisboa.

BENZECRI, J.P. (1973): *L'analyse des Données II: L'analyse des correspondences*. Dunod: Paris.

CONFEDERAÇÃO DO TURISMO PORTUGUÊS (2005): *Reinventando o Turismo em Portugal: estratégia do desenvolvimento turístico português no 1.º quartel do século XXI*. Confederação do Turismo Português: Lisboa.

CUNHA, L (2003): *Introdução ao Turismo*. Verbo: Lisboa.

MATHIESON, A. & WALL, G. (1992). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman: London.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (1994): *Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (2003): *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Porto Alegre: Bookman.

Turismo de Portugal, Destinos. Sacado a 20 de enero de 2008 de <http://www.visitportugal.com/Cultures/pt-PT/default.html>

TURISMO DE ESPAÑA, COMUNIDADES AUTÓNOMAS. Sacado a 20 de enero de 2008 de <http://www.spain.info/TourSpain/Destinos/mapas/sus+Comunidades+Autonomas.htm?Language=es>