

CONOCIMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA CAPV

Lide Salvador Arrillaga
IKEI

RESUMEN

El presente artículo pretende mostrar la importancia de la actividad turística en tanto que sector de actividad económica y, por tanto, comparable a otros aspectos a variables tales como empleo o valor añadido bruto. Para ello, en primer lugar se ofrece la definición de la actividad y la delimitación de la oferta del servicio turístico; seguidamente se aborda el conocimiento y seguimiento del movimiento de viajeros que se constituyen en usuarios de dicha red; y, finalmente, se realiza la puesta en valor de la actividad mediante su entronque en el conjunto de la economía vasca basada en la cuantificación del peso de la demanda turística —medida en términos de consumo— con respecto al tejido productivo vasco. El resultado obtenido establece la importancia económica de la actividad y pone de manifiesto la necesidad de continuar alimentando la información estadística que permite este conocimiento. Además, se reflexiona sobre la necesidad de conocer la motivación del movimiento turístico que llega a la C.A. de Euskadi como la fuente de información indispensable para la puesta en marcha de las iniciativas que persigan la dinamización y potenciación del sector, teniendo en cuenta las infraestructuras actuales y las que se estimen necesarias en el futuro.

LABURPENA

Artikulu honek turismo-jarduerak duen garrantzia erakutsi nahiko luke; izan ere, jarduera hori ekonomia-jarduera da, eta, beraz, beste alderdi batzuetan ere alderagarria da beste aldagai batzuekin, hala nola enpleguarekin edo balio erantsi gordinarekin. Horretarako, lehenik, jardueraren definizioa eta turismo-zerbitzuaren eskaintzaren zedarripena eskaintzen ditugu; ondoren, sare horren erabiltzaile bilakatzen diren bidaiarien mugimenduen ezagutzari eta jarraipenari ekin diogu, eta, azkenik, jardueraren balioa zenbatekoa den azalduko dugu: horretarako, euskal ekonomia osoan uztartzen da jarduera hori, eta neurtzen da turismo-eskariak zenbateko pisua duen –kontsumo-kopurutan neurtuta– euskal produkzio-sarearen barruan. Lortutako emaitzak jardueraren ekonomia-garrantzia ezartzen du, eta agerian uzten du ezagutza hori ahalbidetzen duen estatistika-informazioa elikatzen jarraitu behar dela. Gainera, Euskal AERA iristen den turismo-mugimenduaren motibazioa ezagutzeari buruz hausnartzen dugu, informazio-iturri hori guztiz beharrezkoa baita sektore hori dinamizatzea eta indartzea biltzen duten ekimenak abian jartzeko, betiere oraingo azpiegiturak eta aurrerantzean beharrezko joko diren azpiegiturak kontuan izanik.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCION.....	471
2.	LA OFERTA TURÍSTICA.....	472
2.1.	La oferta turística en el sistema estadístico.....	472
2.2.	Composición de la oferta turística de la C.A. de Euskadi.....	476
2.2.1.	Descripción y evolución de la oferta turística.....	476
3.	LA DEMANDA TURÍSTICA.....	483
3.1.	El movimiento de viajeros y su seguimiento estadístico.....	483
3.2.	El movimiento de viajeros de la C.A. de Euskadi.....	484
3.2.1.	El movimiento de viajeros de la C. A. de Euskadi.....	484
3.2.2.	El movimiento de viajeros de la C. A. de Euskadi: Resultados.....	484
3.2.3.	El gasto turístico.....	487
4.	LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: LAS TABLAS IO DEL TURISMO.....	489
4.1.	Breve nota metodológica.....	489
4.2.	Resultados: una primera cuantificación de la actividad turística.....	491
	CONCLUSIONES.....	493
	BIBLIOGRAFÍA.....	495

1. INTRODUCCIÓN

“Viaje desde la residencia habitual, por espacio temporal superior a una noche y menos de un año, y no destinado a la obtención de una renta originada en el lugar visitado.”

Esta definición de la actividad turística como generadora de un cierto consumo de bienes y servicios, y por tanto de riqueza y empleo muestra que es una actividad que se define desde la demanda. Es decir, la condición de *no residente* y la motivación para el viaje son los que califican este consumo de “turístico”. Para responder a la demanda del turista es precisa la oferta de sectores que habitualmente se reconocen como dirigidos a este fin (el sector hotelero, por ejemplo) pero también de otros que no contemplan éste como el destino de su actividad (comercio, combustibles, etc...). Desde esta perspectiva el abastecimiento de la demanda de los visitantes precisa del concurso del conjunto del sistema socioeconómico, y, en consecuencia, la práctica totalidad de los sectores de actividad se muestran beneficiados en mayor o menor medida.

Pero además el del turismo se concibe como *actividad de síntesis*: tal y como se ha mencionado, para abastecer la demanda turística es precisa la actividad del conjunto del tejido productivo, pero también de otra serie de “ganchos” o elementos de atracción. La oferta cultural, deportiva, gastronómica, ... establecen el *escenario del ocio* para la demanda cercana que puede ser completada con la constituida por aquellos consumidores no residentes. En este sentido, la recuperación del patrimonio, la oferta cultural y de espectáculos, la calidad y el renombre de ciertos gastrónomos etc... son el resultado de una demanda cercana y cualificada que ha propiciado su desarrollo, pero que en la actualidad se han incorporado como elementos de distinción y atracción de visitantes hacia esta Comunidad y forman parte de las distintas iniciativas (públicas y privadas) de promoción de la actividad turística.

Pero la puesta en marcha de iniciativas dinamizadoras de la demanda precisan del conocimiento de la actividad y de la población objeto de la estrategia. En este sentido, se requiere del conocimiento de:

- Las actividades a las que la demanda turística se dirige con mayor claridad, es decir de la delimitación, cuantificación y estructura de la red que constituye la oferta turística;
- Del movimiento de viajeros y su motivación, y
- De la interacción de esta demanda en el conjunto de la actividad económica vasca.

El objeto de este artículo es poner de manifiesto la información disponible sobre la actividad turística de la CAPV que permita elaborar dos grandes tipos de conclusiones: de una parte, la importancia y caracterización de la actividad y de otra, la necesidad de continuar realizando estudios y estadísticas sobre la misma que permitan el conocimiento no sólo de la demanda de hoy sino de la motivación de la demanda futura.

El artículo se organiza en cuatro capítulos: el segundo capítulo analiza la oferta turística de la CAPV, el tercero se centra en el movimiento de viajeros, su origen y su motivación, el cuarto aborda la presentación y utilidades de la tabla IO del Turismo de la CAPV y el quinto y último elabora las conclusiones.

2. LA OFERTA TURÍSTICA

2.1. La oferta turística en el sistema estadístico

La actividad turística tiene una difícil concreción en cuanto a quiénes son los sectores de actividad que proveen dicho servicio. En una primera aproximación existe un núcleo de actividades¹ más cercanos a la actividad turística como son²:

— Hostelería (rama de actividad 55)

- Hoteles (subgrupo 55.1)
- Campings y otros tipos de hospedaje de corta duración (subgrupo 55.2)
- Restaurantes (subgrupo 55.3)
- Establecimientos de bebidas (rama de actividad 55.4)
- Comedores colectivos y provisión de servicios de comidas preparadas (subgrupo 55.5)

— Actividades anexas al transporte (rama de actividad 63)

- Agencias de viajes (subgrupo 63.302)

La presencia de estas actividades en el conjunto económico vasco está plenamente recogido en las distintas Tablas Input-Output, instrumento estadístico que permite conocer el peso económico de las actividades incluidas tanto respecto de ellas mismas como en el marco de la CAPV. Tal y como se recoge en el cuadro siguiente, el sector de hostelería (grupo 55 de la CNAE-93) que es básicamente la oferta turística tal y como se ha definido³, representa en 1997 en torno al 4% del empleo total y el 5,2% del VAB generado. Esta participación es ligeramente creciente a lo largo del periodo, siendo en 1990 cuando alcanza la menor participación (3,8%) en el VAB total, pese a haber incrementado el valor de 1985 en un 63,3%. Puede decirse que en el trienio 1995-97 la oferta de hostelería se ha consolidado, incrementando su valor durante el mismo en un 12,3%, cifra ligeramente inferior a la correspondiente al sector de industria (14,5%) o al de servicios (14,6%).

CUADRO 2.1. VAB y empleo sectorial. 1985-1997.

	1985		1990		1995		1997	
	VAB (pesetas)	Empleo (unidades)	VAB (pesetas)	Empleo (unidades)	VAB (pesetas)	Empleo (unidades)	VAB (pesetas)	Empleo (unidades)
Agricultura	—	33.227	59.986	23.869	66.079	21.962	66.970	22.244
Industria	789.706	284.272	1.221.140	232.248	1.517.418	193.952	1.738.642	196.811
Construcción	100.804	38.051	214.108	52.793	308.344	53.703	326.715	52.848
Servicios	89.117	324.949	1.614.601	425.434	2.315.096	437.326	2.651.939	449.684
<i>Hostelería</i>	72.702	30.408	118.708	36.271	169.808	37.546	190.796	37.921
TOTAL	1.830.931	26.860	3.109.835	734.344	4.206.937	722.527	478.266	721.587

Fuente: Tablas Input-Output de la CAPV, distintos años y Cuentas Económicas, 1997 (Eustat).

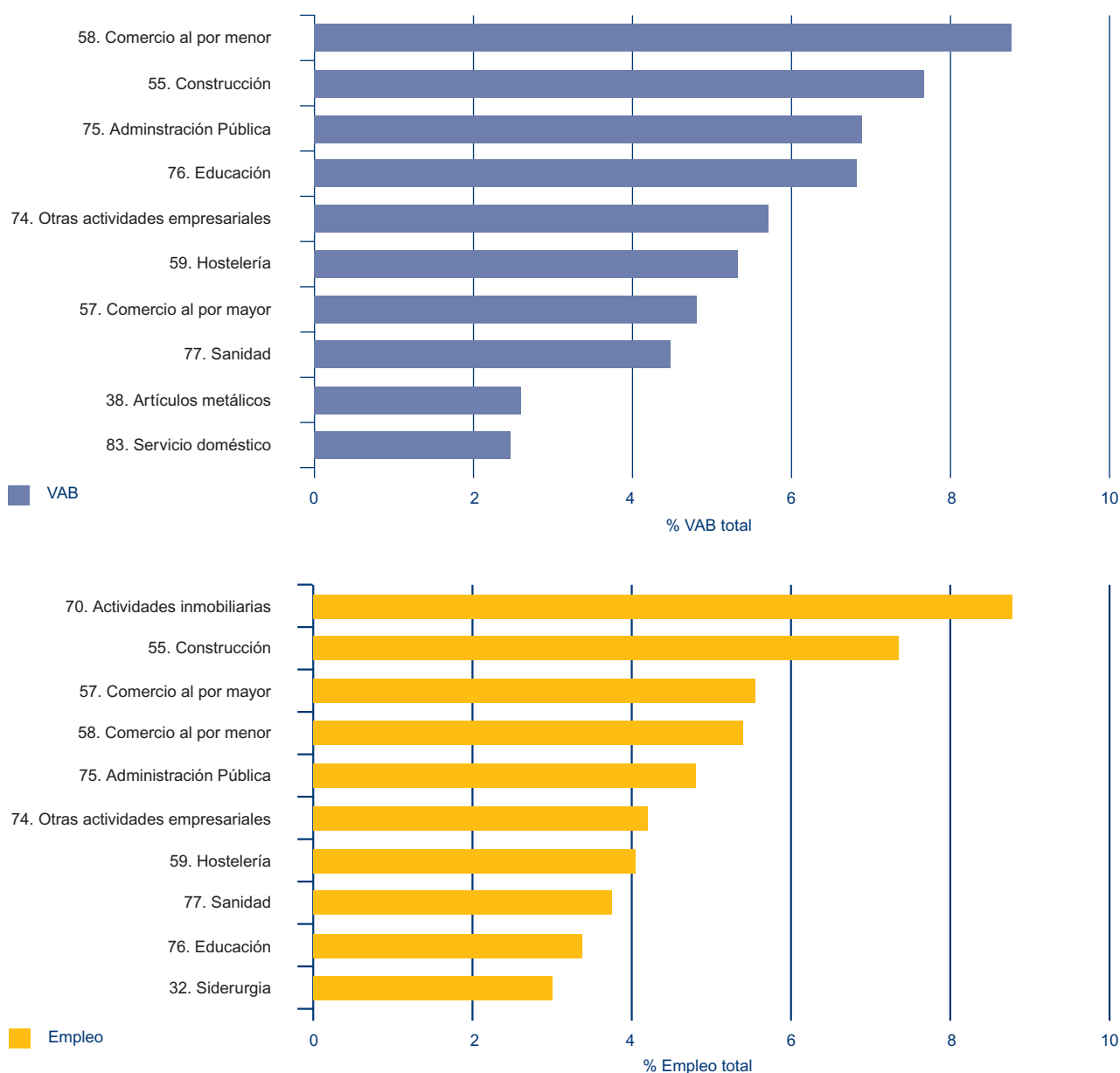
En relación con otras actividades, a partir de la desagregación a dos dígitos de la CNAE-93, la participación del sector de hostelería en el conjunto productivo vasco (VAB y empleo) resulta especialmente destacable ya que sólo macro-ramas de actividad como comercio al por menor o Administraciones Públicas les corresponden una participación mayor.

¹ Otras actividades incluidas por la OCDE son el transporte por ferrocarril (rama de actividad 60), el transporte marítimo, de cabotaje y por vías de navegación interiores (rama de actividad 61), el Transporte aéreo (rama de actividad 62) y las actividades culturales recreativas y deportivas (rama de actividad 92) y las actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales (subgrupo 92.5).

² Aproximación HORECA. Los códigos de rama de actividad se corresponden con la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNAE-93).

³ Según la aproximación HORECA, tan sólo quedan fuera las agencias de viajes.

GRÁFICO 2.1. Participación en el VAB y en el empleo de las principales ramas de actividad de la CAPV. 1995.



Fuente: Tablas Input-Output de la CAPV, 1995. Eustat.

Centrando la atención en el propio sector y en su evolución en los últimos diez años, destaca el crecimiento⁴ que se produce en el primer quinquenio, periodo de especial despegue económico de la CAPV, con lo que ello supuso de mejora en la renta familiar disponible y sobre todo la entrada en el circuito de gasto de las generaciones nacidas en los años sesenta, que se sitúan entre los veinte y los treinta años, claramente introducidas en una sociedad urbana con una mayor propensión a este tipo de gasto. En el segundo quinquenio el ritmo de crecimiento se contiene –fundamentalmente en el empleo– y los factores explicativos de este comportamiento se ligan con el efecto de la recesión económica que ha afectado especialmente al grupo de consumo asociado a la *actividad de negocios*.

⁴ También se alude a cierto aforamiento de la actividad, consecuencia de un incremento en la actividad inspectora (regularización de actividades, contrataciones, etc...).

Esta ralentización en el crecimiento muestra la madurez del sector en cuanto a su dimensión, que se corrobora con la evolución de su empleo: si entre 1985 y 1990 se incrementan en más de cinco mil los empleos en el sector, entre 1990 y 1995 el incremento se reduce a algo más de mil empleos. Que también se observa en el peso relativo de las distintas magnitudes del sector:

- En 1985 los consumos intermedios representaban el 41% de la producción, en 1995 representan el 53% de esta magnitud;
- La diferencia entre ambas cifras corresponde al VABsf, que recorta su participación en la producción sectorial (del 57% al 49%);
- Del VABcf se detraen las cantidades abonadas en concepto de gastos de personal y otros gastos ligados a la actividad, con una participación claramente creciente en este periodo y que explican la reducción en la aportación de esta partida al Excedente Bruto de Explotación (del 67% al 53%, en 1985 y 1995, respectivamente).

De esta forma se pone de manifiesto el cambio en la estructura de costes del sector y que alude a un recorte en el margen generado desde la Producción hasta el Excedente Neto de Explotación, básicamente en dos momentos: en el crecimiento de los consumos intermedios y en el coste de personal. Este estrechamiento en los márgenes productivos indican un cierto incremento en la competitividad empresarial en dos aspectos. En primer lugar, porque ha sido preciso incrementar la producción (facturación) para generar el mismo volumen de excedente. Y de otra, porque se ha incrementado de forma importante la remuneración al empleo que, aunque responde a una situación de alza generalizada, también se hace referencia a la mayor movilidad del empleo en este sector y que se liga con mejoras en las remuneraciones, es decir con la capacidad del empresario de captar empleo mejorando el pago.

CUADRO 2.2. Principales magnitudes del sector de hostelería, 1985-1990-1995.

En millones de pesetas.

	1985	1990	1995
1. Personal ocupado	30.408	36.271	37.546
2. P.B.S.F.	124.125	258.451	362.013
3. Consumos Intermedios	51.423	139.772	192.205
4. V.A.B.S.F.	72.702	118.708	169.808
5. Impuestos. Ligados actividad	1.155	1.326	2.405
6. Subv. Explotación	76	662	513
7. V.A.B.C.F.	71.624	118.044	167.916
8. Costes de personal	23.668	50.687	79.370
8.1 Sueldos y salarios	16.938	34.020	53.688
8.2 Cotizaciones sociales	6.624	16.409	25.682
8.3 Otros gastos de personal	106	258	
9. Excedente Bruto Explotación	47.955	67.357	88.546
10. Amortizaciones	1.670	3.265	6.345
11. Excedente Neto de Explotación	46.285	64.092	82.201

Fuente: Tablas Input-Out de la CAPV, distintos años. Eustat.

Dentro del sector de hostelería destaca la importancia del grupo formado por restaurantes y establecimientos de bebidas y similares, ya que entre ambas ramas de actividad representan alrededor de 87% de la producción y del personal ocupado. Por el contrario, les corresponde las menores aportaciones en las partidas de subvenciones de explotación (23%) y amortizaciones (41%), en las que la rama de hoteles participa en mayor medida de acuerdo con su mayor dotación en inmovilizado. Pero, además de estos datos, resulta de interés el cálculo de una serie de indicadores que ponen manifiesto las diferentes estructuras de producción y de costes entre estas ramas de actividad que son, a partir de la definición utilizada, el núcleo de la oferta turística.

Aunque evaluados con referencia a 1994 y considerando que cinco años modifican este tipo de resultados, sirvan cuando menos de orientación en cuanto a las diferencias de estas cuatro ofertas. De forma resumida:

- El subsector de hoteles es el que sobre una misma producción obtiene un mayor valor añadido y un mayor excedente;
- El subsector de restaurantes es, junto con el de agencias de viajes, en el que más peso tiene los consumos intermedios y consigue un valor similar al de los hoteles en cuanto a la producción por empleado;
- El sector de establecimientos de bebidas (bares, cafeterías, ...) es el que obtiene el mejor resultado en el indicador Excedente Bruto con respecto al personal, consecuencia de un menor impacto de los consumos intermedios y un menor coste de personal en relación a la rama de restaurantes;
- El sector de agencias de viajes es completamente diferente en su funcionamiento: los consumos intermedios son especialmente altos (adquisiciones a tour-operadores) y los márgenes empresariales son realmente estrechos; es, junto con el sector de hoteles, el que registra un mayor coste por empleados.

CUADRO 2.3. Ratios de actividad y empleo de las ramas más vinculadas al turismo. 1994.

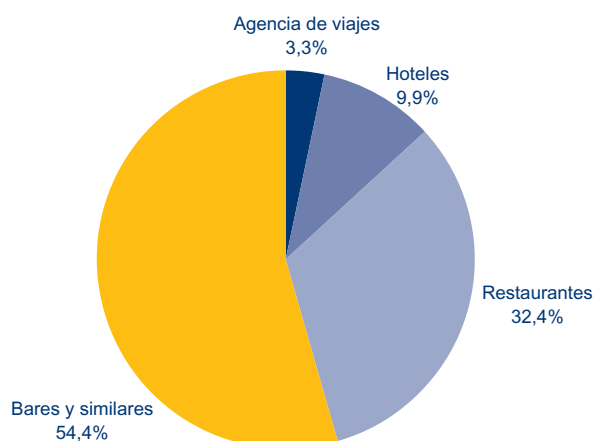
	Hoteles	Restaurantes	Estab. bebidas	Agencias de Viajes
% VABsf/PBSF	60%	43%	47%	8%
% CI/PBSF	40%	57%	53%	89%
% Gasto Personal/PBSF	39%	25%	15%	8%
% EBE/PBSF	60%	43%	47%	3%
VABsf/empleo (mill. ptas.)	6,2	4,6	4,1	3,4
PBSF/empleo (mill. ptas.)	10,4	10,7	8,8	43,8
Gasto Personal/empleo (mill. ptas.)	4,1	2,7	1,3	3,4
EBE/ empleo (mill. ptas.)	2,1	1,8	2,8	1,1

Fuente: Encuesta de Hostelería, 1994 y Encuesta de Servicios (Agencias de viajes) 1994. Eustat. Elaboración propia.

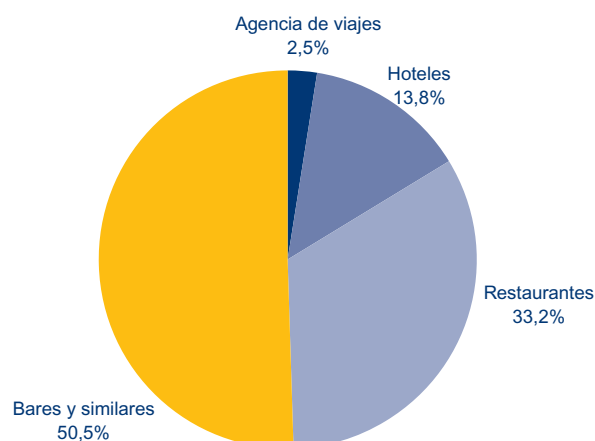
Estos resultados responden a unas estructuras realmente diferenciadas en cuanto a tamaño empresarial, pertenencia a cadenas de establecimientos, necesidades de inmovilizado, etc...pero entre todos ellos contribuyen a conformar un sector importante en empleo y en VAB, tal y como ya se ha mencionado. En el gráfico adjunto se recoge la aportación de cada uno de estos subsectores a lo que se ha venido denominando oferta turística. Y resulta destacable el peso del grupo restaurantes-establecimientos de bebidas en el conjunto.

GRÁFICO 2.2. Participación en el empleo y en el VABsf, 1994.

% Empleo

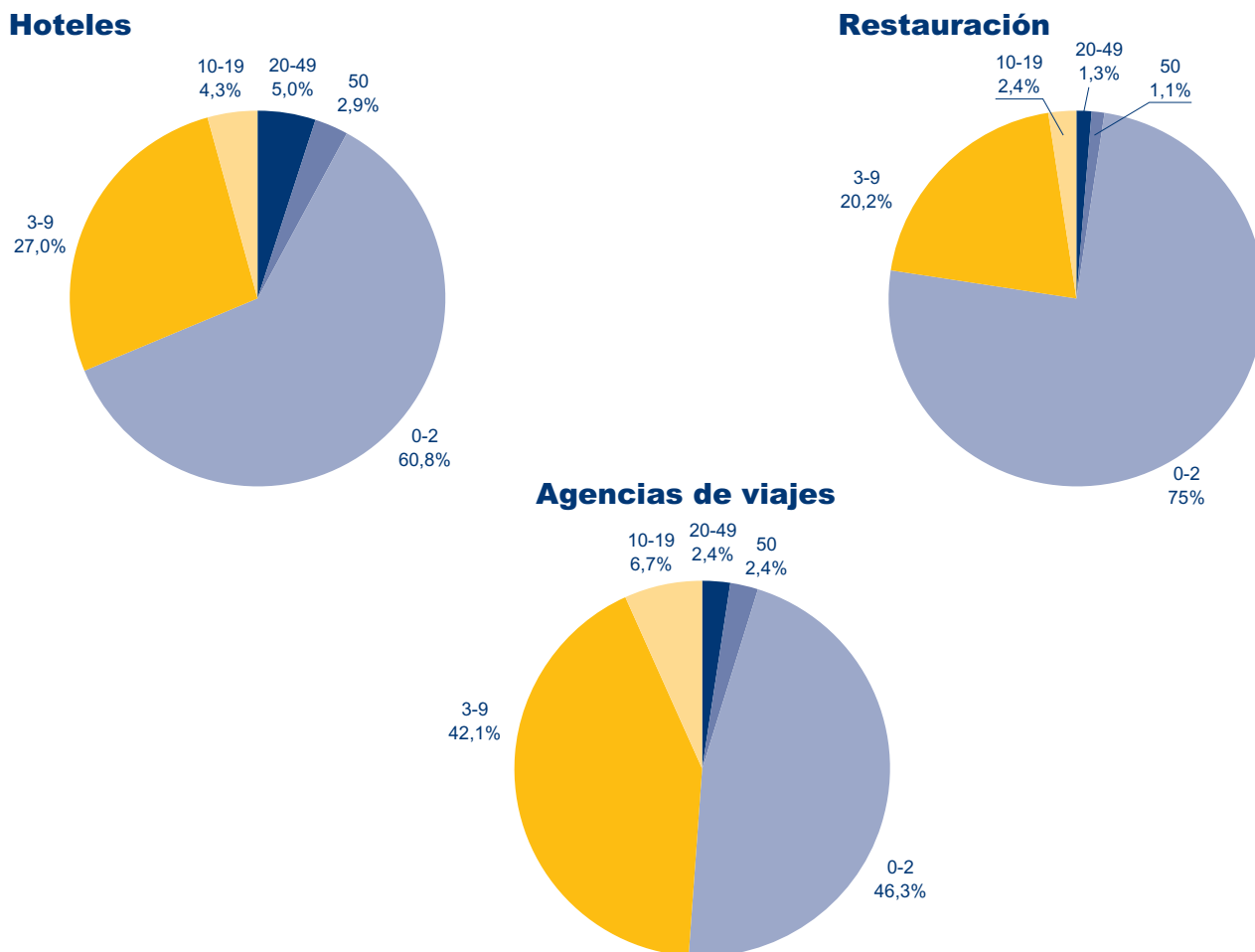


% VABsf



Estas magnitudes aluden a un conjunto empresarial a menudo representado por pequeñas y medianas empresas. Tomando como referencia el año 1998, son los hoteles y los restaurantes los que presentan un mayor empleo por establecimiento. Por el contrario, las agencias de viajes (a menudo sucursales) y los establecimientos de bebidas y similares se concentran en el tramo inferior a diez empleos calificables de micro-empresas. Pero además, tal y como se recoge en el apartado siguiente, cada una de estas ramas de actividad está distribuido de forma relativamente homogénea en el conjunto de la comunidad: es decir, en cada ciudad, en cada pueblo hay algún establecimiento de estas características, por lo que, al contrario de otras actividades de fuerte concentración espacial, la oferta turística se difunde en el conjunto del territorio.

GRÁFICO 2.3. Establecimientos según segmentos de empleo en la oferta turística.



Fuente: DIRAE (Eustat). Distintos años.

2.2. Composición de la oferta turística de la C.A. de Euskadi

2.2.1. Descripción y evolución de la oferta turística

a) La red de alojamiento

La red de alojamiento de la CAPV está constituida, básicamente, por los establecimientos hoteleros⁵, la red de campings y los establecimientos de agroturismo. En 1987 la red de establecimientos hoteleros son 271, de los

⁵ Que se completaría con la red de pensiones, fondas y similares que completan esta oferta y que se estiman en alrededor de 3.500 plazas más para el conjunto de la CAPV y con el parque de vivienda secundaria o de "real uso turístico".

que el 43% de las plazas se corresponden con la red de Gipuzkoa y el 40% con la de Bizkaia, que ha visto incrementada su oferta de forma importante en los últimos años. Por otra parte, la red de campings está compuesta por 21 establecimientos, que oferta 9.498 plazas de las que más de dos tercios corresponden a la oferta guipuzcoana (70%) y cuya presencia se concentra en las áreas costeras. En cuanto a la oferta de alojamiento en agroturismos, el hecho a destacar es el progresivo desarrollo. De la misma manera que en 1998, son ya 196 establecimientos con una totalidad de 1.736 plazas y su principal característica es su mayor homogeneidad en la distribución territorial en cuanto al reparto interior y costa. Por tanto, la oferta de alojamiento global de la CAPV supera las veinticinco mil plazas, de las que algo más de la mitad están provistas desde la red hotelera.

CUADRO 2.4. La red de alojamientos de la CAPV. 1995 y 1998.

	Número de establecimientos		Plazas	
	1995	1998	1995	1998
Est.hoteleros				
Álava	43	51	2.200	2.340
Bizkaia	68	98	4.976	5.656
Gipuzkoa	128	122	6.397	6.042
CAPV	239	271	13.573	14.038
Campings				
Álava	1	2	250	494
Bizkaia	6	7	2.330	2.350
Gipuzkoa	13	13	6.654	6.654
CAPV	20	22	9.243	9.498
Agroturismos				
Álava	31	35	242	290
Bizkaia	44	59	390	485
Gipuzkoa	87	102	806	961
CAPV	162	196	1.438	1.736

Fuente: Departamento de Turismo (Gobierno Vasco) y E.E.T.R. (Eustat).

b) La red de establecimientos hoteleros

Tal y como se ha mencionado, la red de establecimientos hoteleros constituye el núcleo principal de la oferta de alojamiento de la CAPV. En el último trienio se han consolidado tanto en número de establecimientos como en plazas e incluso se apuntan ligeros cambios en la distribución territorial de la oferta. El grueso de la misma se mantiene enclavada en Gipuzkoa, se registra un ligero retroceso el número de establecimientos de Álava y un claro incremento en la oferta de vizcaína. Atendiendo a su localización, destaca la importancia de la oferta de las capitales y la oferta de “gama alta”, constituida por los hoteles de más de tres estrellas con respecto al resto del conjunto.

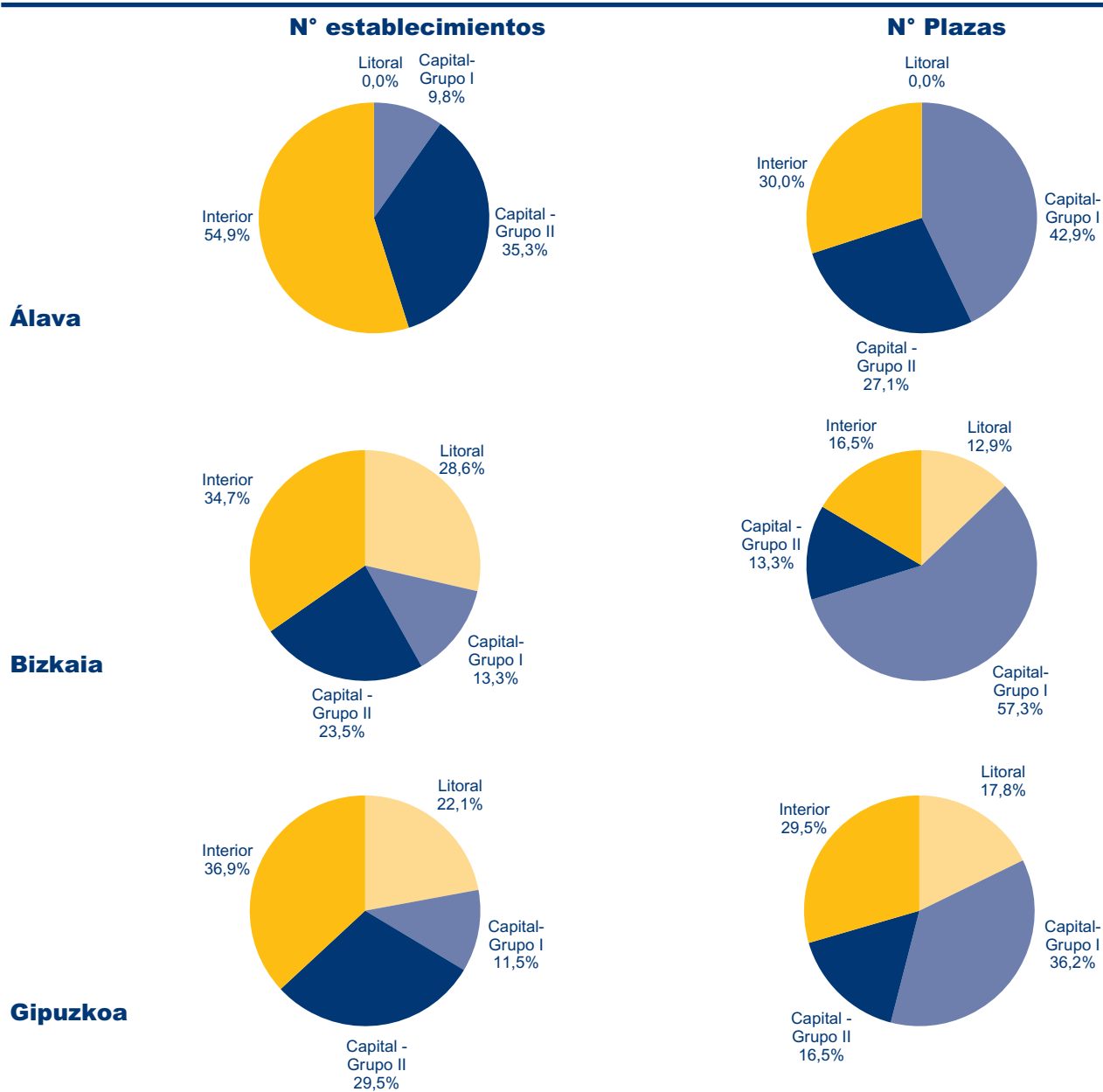
En los últimos años se ha producido un crecimiento generalizado de la oferta, y en este sentido, la estructura general del reparto se mantiene, correspondiendo la mayor parte a las capitales (62,5% de las plazas). Esta situación responde al distinto tamaño medio de las distintas zonas, de manera que el mayor número de plazas por establecimiento corresponde al grupo I de las capitales (212 plazas) siendo sensiblemente inferior en los restantes casos situando el tamaño medio del conjunto de la red de la CAPV de 55 plazas por establecimiento.

CUADRO 2.5. Número de establecimientos y plazas según localización. Total CAPV. 1995-1997-1998.

	Número de establecimientos			Plazas		
	1995	1997	1998	1995	1997	1998
Capital	100	106	109	8.903	9.202	9.364
Grupo I	29	31	32	6.714	6.736	6.816
Grupo II	71	75	77	2.189	2.466	2.548
Interior	93	103	107	3.320	3.786	3.674
Litoral	46	51	55	1.350	1.789	1.937
Total	239	260	271	13.573	14.777	14.975

Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

GRÁFICO 2.4. Distribución porcentual de la red de establecimientos hoteleros en cada Territorio Histórico. Plazas y establecimientos. 1998.



Fuente: DIRAE (Eustat). Distintos años.

El grado de ocupación por plazas se define como el porcentaje entre el total de pernотaciones y el producto de las plazas por los días al que se refieren las pernотaciones⁶. Ahora bien, este indicador es el resultado de una serie de características de los establecimientos que se incluyen⁷, tales como:

- La dimensión del hotel, ya que cuanto mayor es la dimensión del establecimiento con menores grados de ocupación se obtienen similares rendimientos;
- La estacionalidad y la ubicación geográfica, ya que condicionan la ocupación del hotel dependiendo del periodo y de la zona turística, resultando en grados de ocupación diferentes;
- Los precios y la competencia, ya que estos determinan en última instancia la ocupación del establecimiento;
- La propia estructura de costes del establecimiento, ya que en la medida en que se minimice éstos, es precisa una menor ocupación.

En términos de media anual, el grado de ocupación de la red hotelera de la CAPV es inferior al 50% en todo el periodo considerado, destacando la mejora continuada⁸ en este índice sobre todo en los casos de Bizkaia y Gipuzkoa que en 1997 y 1998 han mejorado sensiblemente reflejando la importancia del mayor flujo de visitantes y del volumen de pernотaciones realizadas, que resulta especialmente destacable en el caso del Bizkaia.

CUADRO 2.6. Grado de ocupación media anual (%) en los establecimientos hoteleros. Distintos años.

	Álava	Bizkaia	Gipuzkoa	CAPV
1992	41,30	31,30	36,01	34,84
1993	41,89	29,83	35,22	34,26
1994	38,14	31,65	39,09	36,13
1995	38,39	32,32	40,97	37,30
1996	37,73	35,89	40,97	38,51
1997	37,25	35,02	41,87	38,49
1998	44,23	48,91	46,47	47,05

Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

Considerando este índice de forma mensual se pone de manifiesto la *estacionalidad de la ocupación*, resultado que alude a la repetición periódica del hecho de que es mayor el flujo de viajeros, y por tanto el rendimiento de la capacidad hotelera instalada en unos momentos del año que en otros. Para el conjunto de la CAPV el periodo estival (julio-agosto) es el que concentra el mejor resultado sobre el uso de la red, hecho que se agudiza en el caso de Gipuzkoa, pero que resulta más atenuado en los Territorios de Bizkaia y Álava.

CUADRO 2.7. Grado de ocupación media –mensual– (%). 1994-1998. CAPV.

	1994	1995	1996	1997	1998
Enero	21,11	26,05	25,93	25,32	30,95
Febrero	26,73	28,41	27,65	28,1	35,55
Marzo	29,36	32,00	37,16	35,29	41,16
Abril	32,17	35,46	41,52	32,52	43,63
Mayo	33,98	35,40	38,76	41,95	47,43
Junio	34,51	35,89	39,49	40,77	44,46

⁶ Pudiendo darse una ocupación inferior al 100% y no disponerse de plazas libres por ocupar una persona una habitación de dos plazas.

⁷ "El sector hotelero". Informes sectoriales de la CAPV. Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras. 1993.

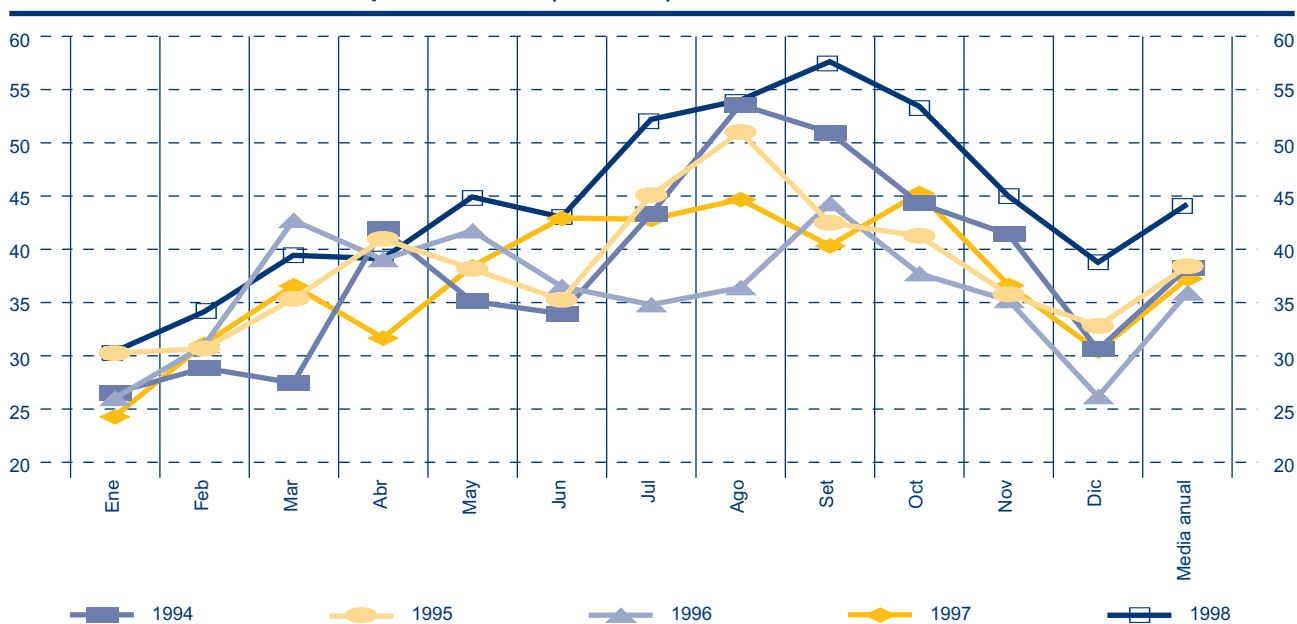
⁸ La mejora en los resultados del grado de ocupación bien pudiera estar afectado por una mayor calidad en la respuesta a la encuesta, ya que distintas fuentes del sector –recogidas en la prensa– aluden a una mayor ocupación y la diferencia entre éstas y los resultados de la encuesta es cada vez menor.

CUADRO 2.7. Grado de ocupación media –mensual– (%). 1994-1998. CAPV.

	1994	1995	1996	1997	1998
Julio	44,08	46,16	45,97	42,23	52,86
Agosto	55,25	55,99	53,06	52,64	69,47
Septiembre	48,33	45,63	49,89	46,05	56,70
Octubre	40,63	41,18	39,91	45,29	53,32
Noviembre	35,29	34,75	33,90	35,09	43,90
Diciembre	27,87	26,46	24,30	32,00	39,68
Media Anual	36,16	37,30	38,51	38,49	47,05

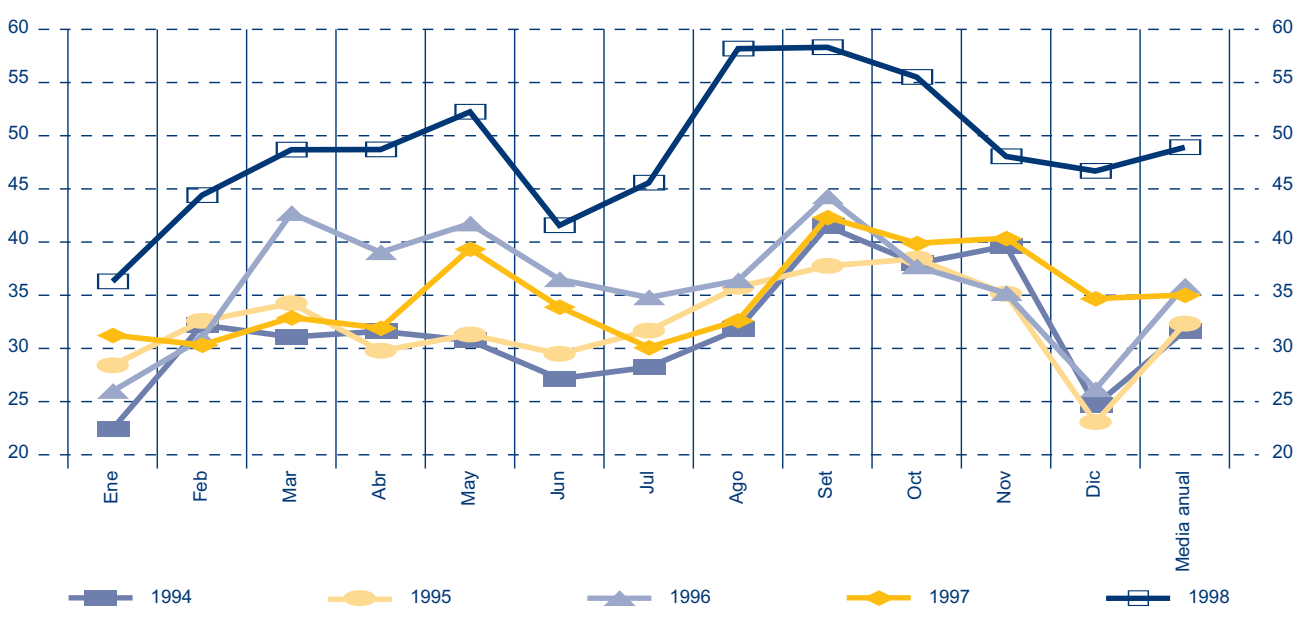
Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

GRÁFICO 2.5. Grado de ocupación media (mensual). 1994-1998. Álava.



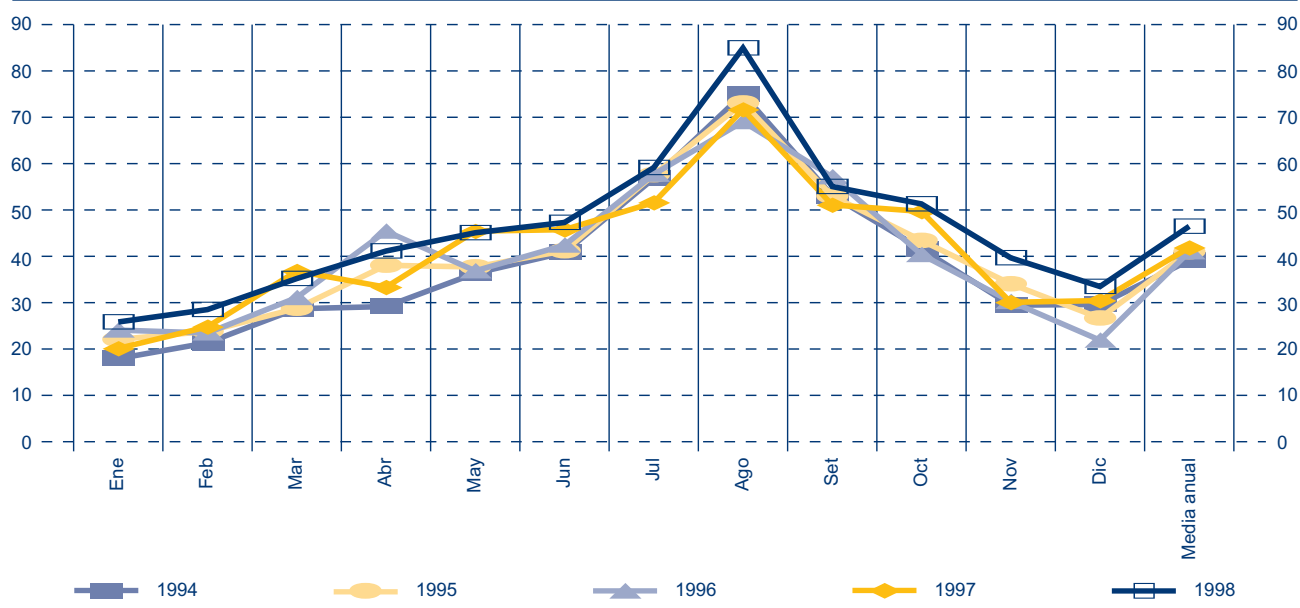
Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

GRÁFICO 2.6. Grado de ocupación media (mensual). 1994-1998. Bizkaia.



Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

GRÁFICO 2.7. Grado de ocupación media (mensual). 1994-1998. Gipuzkoa.



Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

c) La oferta de restauración

El sector de hostelería incluye, además de la red de alojamiento hotelero, al subsector de restaurantes y al de establecimientos de bebidas que constituyen conjuntamente el sector de restauración y engloban todos aquellos establecimientos cuya actividad principal sea la oferta de comida preparada, bebida y/o similares para ser consumida o no en el propio establecimiento. Dentro de este grupo se incluyen servicios provistos por los restaurantes (de cualquier categoría), bares, tabernas, cafeterías, franquicias de comida rápida, pubs, etc... que forman parte indiscutible de la oferta turística. El principal rasgo que caracteriza a estos establecimientos es su pequeña dimensión, con una importante presencia de la empresa de tipo familiar. En segundo lugar, destaca su paulatino y continuado crecimiento a lo largo de los años. Y por último, es importante destacar la vinculación del origen y desarrollo de este sector de actividad a la demanda próxima y residente y de hecho, es el Territorio más poblado el que registra mayor oferta y viceversa.

CUADRO 2.8. Establecimientos del sector⁹ de restaurantes, establecimientos de bebidas y otros.

Segmentos de empleo	CAPV			1997		
	1991	1995	1997	Alava	Bizkaia	Gipuzkoa
Menos de 2 empleos	10.740	11.753	12.209	1.438	7.254	3.517
de 3 a 9 empleos	3.390	3.440	3.588	468	1.706	1.414
de 10 a 19 empleos	139	157	169	27	92	50
de 20-29 empleos	35	34	37	2	27	8
Más de 50 empleos	4	1	3	0	1	2

Fuente: DIRAE (Eustat). Distintos años.

El sector de restaurantes se clasifica según categorías (tenedores), si bien esta referencia tiene a menudo un valor meramente administrativo ya que responde a motivaciones diferentes¹⁰ que a ser un referente de calidad o "categoría". Pero, así y todo resulta ser una caracterización que en origen respondió a criterios objetivos y

⁹ Referido a los subsectores 55.3, 55.4 y 55.5 de la CNAE-93.

¹⁰ En general, razones fiscales.

no de opinión –a los que puede responder una determinada guía– y en este sentido resulta de interés. Entre 1995 y 1998, atendiendo a las categorías y a las plazas ofertadas destaca:

- La menor dimensión media (plazas/establecimiento) corresponde a los establecimientos de Bizkaia, si bien es en este Territorio donde está el mayor establecimiento y en la más alta categoría;
- En los tres Territorios se constata el menor ratio plazas/establecimiento en los de menor categoría;
- Finalmente, y aunque los dos años de referencia son relativamente próximos entre sí, se registra un crecimiento tanto en el número de establecimientos como en el de plazas, mostrando el dinamismo de esta actividad, que consolida su tamaño e incluso lo incrementa ligeramente, posiblemente gracias a la entrada de nuevos nichos de consumidores.

CUADRO 2.9. Restaurantes. Establecimientos según categoría y plazas. CAPV y Territorios Históricos. 1995.

	4 tenedores	3 tenedores	2 tenedores	1 tenedor	total
<i>Álava (plazas/establecimientos)</i>		99,75	73,23	34,68	65,49
Establecimientos		8	303	85	396
Plazas		798	22190	2948	25936
<i>Bizkaia (plazas/establecimientos)</i>	120,00	110,27	47,86	40,71	47,11
Establecimientos	1	37	748	465	1251
Plazas	120	4080	35800	18929	58929
<i>Gipuzkoa (plazas/establecimientos)</i>		65,50	76,92	44,57	61,54
Establecimientos		14	585	533	1132
Plazas		917	44996	23755	69668
<i>CAPV (plazas/establecimientos)</i>	120,00	98,22	62,95	42,13	55,61
Establecimientos	1	59	1636	1083	2779
Plazas	120	5795	102986	45632	154533

Fuente: Departamento de Industria y Turismo (Gobierno Vasco).

CUADRO 2.10. Restaurantes. Establecimientos según categoría y plazas. CAPV y Territorios Históricos. 1998.

	4 tenedores	3 tenedores	2 tenedores	1 tenedor	total
<i>Álava (plazas/establecimientos)</i>		156,91	73,53	35,16	68,59
Establecimientos		11	344	80	435
Plazas		1.726	25.296	2.813	29.835
<i>Bizkaia (plazas/establecimientos)</i>	120,00	90,04	79,36	47,92	62,98
Establecimientos	1	27	618	725	1371
Plazas	120	2.431	49.047	34.743	86.341
<i>Gipuzkoa (plazas/establecimientos)</i>	40,00	124,07	78,89	49,02	64,66
Establecimientos	1	15	591	593	1200
Plazas	40	1.861	46.626	29.070	77.597
<i>CAPV (plazas/establecimientos)</i>	80,00	113,55	77,89	47,66	64,46
Establecimientos	2	53	1553	1398	3006
Plazas	160	6.018	120.969	66.626	193.773

Fuente: Departamento de Industria y Turismo (Gobierno Vasco).

d) Las agencias de viajes

La actividad de las agencias de viajes en la CAPV¹¹ se relaciona básicamente con el turismo emisor (salida de la población residente hacia un destino turístico) siendo la actividad de receptivo (captación de visitantes para venir a la CAPV) una de las principales líneas de desarrollo del sector. En 1996 se cifra en 316 los establecimientos del sector y en algo más de mil empleos generados. El empleo medio de las empresas del sector se sitúa en torno a 7 empleos y donde sólo 4 empresas rebasan los cincuenta empleados.

En el reparto o presencia territorial de esta actividad, se constata el papel clave en el turismo emisor, de forma que el 56,6% de los establecimientos están en Bizkaia, el 28,2% en Gipuzkoa y el 15,2% restante el Álava. Además, esta distribución no es internamente homogénea sino que son las capitales las que absorben la mayor parte de los establecimientos, ya que entre las tres absorben el 60% de la red. La consideración de esta oferta a partir de la población que atienden (establecimiento por 10.000 habitantes) hace que les correspondan 2,9 a Bilbao, 2,1 a Vitoria-Gasteiz y 2,5 a Donostia-San Sebastián.

3. LA DEMANDA TURÍSTICA

3.1. El movimiento de viajeros y su seguimiento estadístico

Tal y como ya se ha mencionado, la actividad turística tiene su origen en el desplazamiento de personas y en el consumo que éstas realizan en dicho desplazamiento. El conocimiento de este movimiento¹² resulta indispensable en dos sentidos: de una parte porque permite parametrizar los comportamientos (número medio de viajes realizados, gasto medio diario, etc...) y por tanto, aproximar el valor de la demanda, y de otro, porque resulta imprescindible para conocer la motivación y el comportamiento turístico de los visitantes. El primero de los objetivos se enmarca en la línea de trabajo relativa al conocimiento de la demanda turística y el segundo se relaciona directamente con las políticas turísticas y de forma especial, con las actividades de promoción para las que resulta indispensable conocer a los distintos colectivos que integran la demanda turística puesto que cada uno de ellos responderá frente a diferentes estímulos.

La práctica estadística habitual en el conocimiento del movimiento y motivación de los viajeros se cubre con las estadísticas realizadas en i) los hogares, ii) en los establecimientos receptores y iii) en los puntos fronterizos. En las mismas se recogen variables tales como las pernoctaciones realizadas, el origen del viajero, su asiduidad a dicho destino, etc. Con respecto a las estadísticas realizadas en los hogares, la distinción entre número de viajes y viajeros, así como las motivaciones y comportamiento asociado se resuelve con relativa facilidad¹³ y realizada sobre la propia comunidad resulta ser un instrumento importante en el conocimiento del turismo emisor y del propio turismo de origen interno¹⁴.

En cuanto a las estadísticas realizadas en los establecimientos receptores se plantean distintas cuestiones técnicas en la recogida y el tratamiento de la información que pueden distorsionar el resultado final. En primer lugar, resulta clave distinguir entre *viajero* y *número de viajes*. No es lo mismo un único viaje por persona de manera que la aditividad entre viajeros y viajes resultaría en idéntico volumen de movimiento de viajeros que, cuando existe un colectivo entre los viajeros que realiza más de un viaje. En este segundo caso, la estimación

¹¹ Agencias de viajes, Informes Sectoriales de la CAPV. Federación de Cajas de Ahorros Vasco Navarras. 1997.

¹² Las cuestiones que se abordan a continuación están ampliamente tratadas en "La elaboración de unas cuentas satélites del turismo para España: Una tarea inaplazable". Antonio Massieu Verdugo. Estudios Turísticos, nº 138 (1998).

¹³ Resulta factible responder a este tipo de cuestiones mediante encuestación directa. Un ejemplo de este tipo de operación estadística es Family Tour, realizada por la Secretaría de Turismo, Ministerio de Economía y Hacienda.

¹⁴ Cuando el destino es la propia comunidad espacio de análisis.

del número total de una y de otra variable requiere de tratamientos diferentes para no distorsionar el resultado final que supondría la contabilización múltiple de viajeros que han repetido el viaje. En segundo lugar, es preciso mencionar la distorsión originada por el turismo de negocios cuya estancia es sensiblemente más corta y realiza repetidos viajes a lo largo del año. El resultado de no poder asociar entradas con visitantes redonda en una distorsión del volumen total de viajeros. Y finalmente, las estadísticas que tienen como base el movimiento en fronteras presenta este mismo tipo de problemas al constituirse el viajero que entra en la unidad de referencia sin poder asociar *entradas* con *visitantes*. Pero además este tipo de operaciones recoge información relativa al excursionismo¹⁵ que resulta especialmente importante para las zonas próximas a la frontera, pero transformar las entradas de estos visitantes de día en viajeros-turistas exige arbitrar hipótesis sobre su asiduidad y motivación¹⁶.

A modo de conclusión, puede decirse que estas cuestiones aluden a las dificultades de seguimiento de esta actividad y ponen sobre la pista de las líneas de mejora. Pero hasta el momento las estadísticas actuales realizadas son las únicas disponibles y, teniendo presente tanto las dificultades de su realización como las posibles distorsiones que introducen, han de servir para dar una medida de la importancia de actividad y por tanto de la continuidad en la realización de esfuerzos para su conocimiento.

3.2. El movimiento de viajeros de la C.A. de Euskadi

3.2.1. El movimiento de viajeros de la C. A. de Euskadi

Las fuentes de información estadística relativas al movimiento de viajeros de la C.A. de Euskadi a las que se alude en este artículo son:

- La Encuesta a los Establecimientos Turísticos Receptores (E.E.T.R.) realizada por Eustat y que ofrece información mensual relativas a la entrada de viajeros en esta comunidad alojados en la red hotelera vasca, las pernoctaciones que realizan y su origen. Esta estadística se realiza desde 1992 y las series históricas se completan con la misma información provista por el INE.
- Frontur, encuesta realizada por la Secretaría de Turismo que recoge, entre otras variables, el movimiento excursionista.

Ambas operaciones contribuyen a mostrar el movimiento de viajeros en la CAPV, su trayectoria histórica y los posibles rasgos definitorios del mismo a partir de la información que aportan.

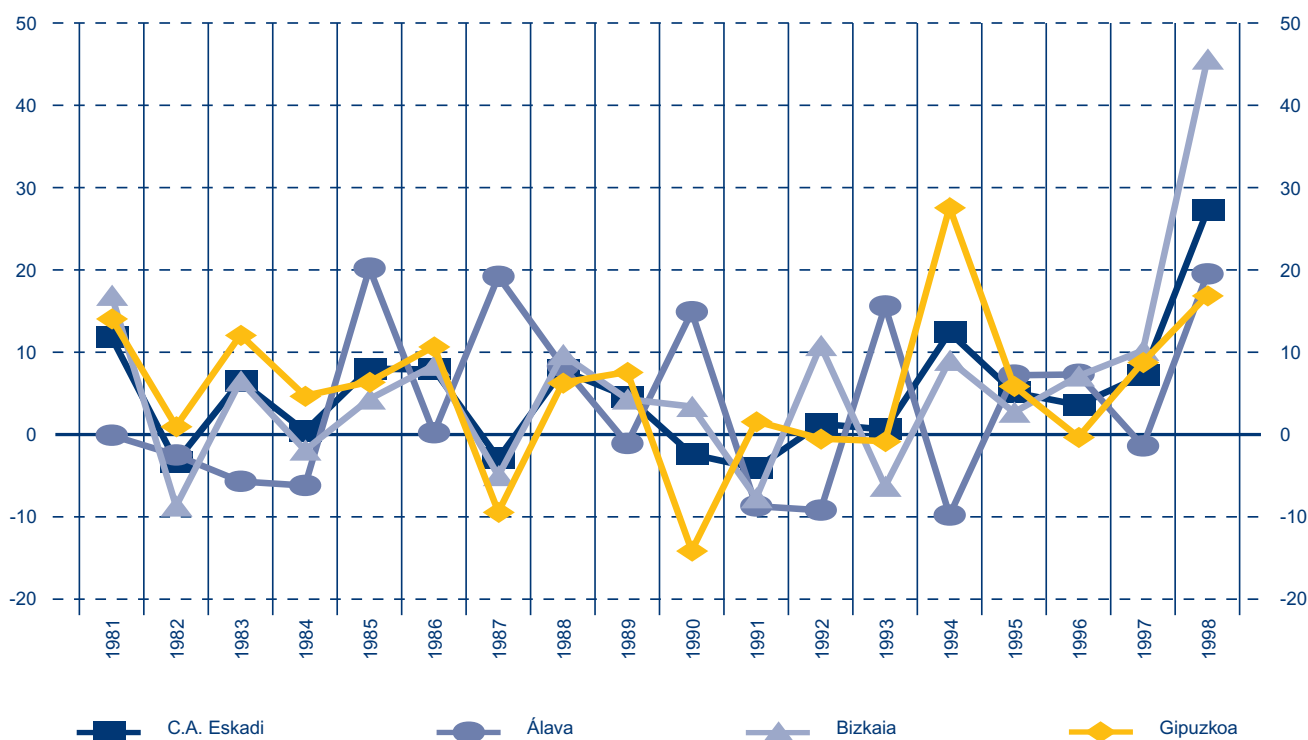
3.2.2. El movimiento de viajeros de la C. A. de Euskadi: Resultados

El número de viajeros de la C.A. de Euskadi en 1998 ha sido de 1.393.140 personas, lo que ha supuesto más que doblar la cifra de viajeros de comienzos de los años ochenta (en 1980 fueron 592.750 viajeros). Si bien el bienio 1997-1998 muestra una evolución con algunos rasgos diferenciales, el conjunto del movimiento puede calificarse de crecimiento sostenido: no existe un ejercicio que haya supuesto una llegada diferencial de viajeros sino, que esta Comunidad ha ido poco a poco haciéndose un lugar en el panorama de destinos turísticos.

¹⁵ Y también se recoge expresamente el movimiento transeúnte. En el contexto del conjunto del Estado puede ocurrir que se sobrevalore dicho movimiento ya, que en un único día pueden atravesarse dos fronteras. Este problema hasta el día de hoy no está resuelto en la estadística Frontur a la que se hará referencia en el apartado siguiente, pero que al considerar el movimiento relativo a la frontera de Biriattou y con destino la C.A. del País Vasco, no resulta relevante.

¹⁶ No es lo mismo asociarlo a la motivación, y por tanto comportamiento asociado, de negocios que a la de ocio.

Gráfico 3.1. Tasa de variación interanual en la entrada de viajeros. C.A. de Euskadi. 1980-1998.



Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

La secuencia que muestra tanto la Comunidad en su conjunto como los distintos Territorios muestra algunas diferencias pero sobre todo un hecho común: la tendencia creciente en cada uno de los ámbitos considerados y el efecto de la coyuntura en esta actividad. Así, es justamente en los momentos de menor crecimiento económico o incluso recesión cuando esta actividad, como por otra parte el conjunto de la actividad económica, se resiente. En este sentido, el último trienio resulta especialmente llamativo porque ha supuesto crecimientos continuados de una cierta magnitud que se han visto claramente superados por el último ejercicio. En este sentido se confirma la capacidad de atracción de una comunidad en la medida en que se dispone de elementos de atracción y sobre todo, se promocionan. El efecto Guggenheim ha sabido apoyarse en una nueva infraestructura cultural de indudable atractivo y en otros valores ya reconocidos –como es el gastronómico– que explican el importante crecimiento en el número de viajeros no sólo el Bizkaia, sino también en Álava y Gipuzkoa.

Sin embargo, hay un hecho que conviene mencionar y que apunta la importancia de ciertas políticas de promoción: la estancia media se mantiene en algo menos de dos noches que alude a ser destino de fin de semana o de “paso”¹⁷. El reto está en “alargar” la estancia, de manera que una vez que ha llegado el visitante existan y sobre todo se promocionen aquellos elementos de atracción que resultan de interés para este colectivo¹⁸.

¹⁷ En los dos últimos años, 1997 y 1998, la estancia media mensual están entre 1,7 y 2,2, alcanzando los máximos valores en los meses estivales.

¹⁸ En este sentido es preciso establecer la distinción entre los colectivos que llegan, para poder realizar una política de atracción eficaz.

CUADRO 3.1. Viajeros, pernoctaciones y estancia media. C.A. de Euskadi y Territorios. 1992-1998.

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
<i>Viajeros</i>							
Álava	171.289	197.960	178.214	191.434	205.426	202.556	242.131
Gipuzkoa	355.587	352.753	450.003	476.566	475.056	516.986	546.854
Bizkaia	303.239	284.159	309.776	318.005	340.660	375.460	604.155
C.A. de Euskadi	830.115	834.872	937.993	986.005	1021.142	1095.002	1.393.140
<i>Pernoctaciones</i>							
Álava	271.287	320.102	300.152	331.046	344.586	351.784	399.625
Gipuzkoa	652.984	883.986	883.986	940.785	950.486	516.986	1.036.773
Bizkaia	562.415	585.963	585.963	607.023	685.390	708.013	1.135.207
C.A. de Euskadi	1.486.686	1.790.051	1.770.101	1.878.854	1.980.462	1.576.783	2.571.605
<i>Estancia media</i>							
Álava	1,58	1,62	1,68	1,73	1,68	1,74	1,65
Gipuzkoa	1,84	1,96	1,96	1,97	2,00	1,97	1,90
Bizkaia	1,85	1,83	1,89	1,91	2,01	1,89	1,88
C.A. de Euskadi	1,79	1,83	1,89	1,91	1,94	1,90	1,85

Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

Tal y como se recoge en el cuadro adjunto, 1998 marca un hecho diferencial con respecto a ejercicios precedentes en dos sentidos. El primero de ellos es el fuerte incremento en viajeros y en pernoctaciones acontecido en dicho años y el segundo es que corresponde a Bizkaia el grueso de los visitantes dentro del conjunto de la C.A. de Euskadi. La evolución de estas variables determina el resultado del indicador de estancia media, que se mantiene en un valor inferior a las dos noches por viajero, no detectándose diferencias relevantes entre los tres Territorios y destacando, si acaso, el menor valor de esta variable en el caso de Álava.

En cuanto al origen de los viajeros (otras comunidades del Estado y extranjero), el comportamiento es prácticamente homogéneo en lo que a la estancia media se refiere, si bien se detectan ciertas diferencias de interés. Para Álava, Bizkaia y el conjunto de la C.A. de Euskadi, la tendencia de los últimos años mostraba unas participaciones de un cuarto y tres cuartos para los viajeros de origen extranjero y del Estado. En el caso de Gipuzkoa, el reparto de cuotas ha sido de un tercio frente a dos tercios. Además, a este Territorio se dirigían alrededor de la mitad de los viajeros extranjeros. El año 1998 marca asimismo un hecho diferencial a este respecto, de manera que el fuerte crecimiento de este tipo de viajeros (32,7%) y en especial en el caso de Bizkaia (66,2%) refrenda la capacidad de atracción del Museo Guggenheim más allá del mercado más cercano (Estado) en el que también ha tenido un indudable impacto, con importantes crecimientos en el flujo de viajeros de prácticamente cualquier origen pero manteniendo su importancia las comunidades de Madrid y Cataluña, que en 1998 representaron el 25,4% y el 21,8% del total de viajeros provenientes del Estado.

CUADRO 3.2. Viajeros y estancia media, por procedencia. 1994-1998.

	1995		1996		1997		1998	
	Viajeros	E.M.	Viajeros	E.M.	Viajeros	E.M.	Viajeros	E.M.
Total	986.005	1,91	1.021.142	1,94	1.095.002	1,90	1.393.140	1,85
1. Total Estado	726.161	1,93	759.963	1,96	798.521	1,90	983.179	1,87
Madrid	166.976	2,02	184.286	1,98	189.877	1,98	249.358	1,90
Cataluña	153.786	2,04	153.629	1,98	159.384	1,93	213.996	1,89
CA.Euskadi	133.020	1,78	135.922	1,91	144.714	2,04	156.101	1,92
Castilla-León	42.391	1,84	46.014	1,81	43.063	1,92	53.307	1,73
Otras	229.988	1,88	240.112	1,97	261.483	1,76	310.417	1,82
2. Extranjero	259.844	1,85	261.179	1,89	296.481	1,87	409.961	1,80

Fuente: E.E.T.R. (Eustat).

Y para cerrar esta presentación del movimiento de viajeros según la EETR, a continuación se presta atención a dicho flujo a partir de la localización de los establecimientos de receptivo según les corresponda la clasificación de capital, litoral e interior. Además, se recogen las cuotas de participación de cada Territorio en el flujo total de viajeros y en el volumen de pernoctaciones que les correspondan.

En este sentido, la disposición de la red de alojamiento centrada en las capitales, promovida en una parte al turismo de negocios y en otra a una cierta tradición de estancia de ocio, resulta lógicamente en que el grueso de los viajeros se adscriban a dichos ámbitos. Pero además, es preciso señalar que el relativo pequeño tamaño de la comunidad vasca y la disponibilidad de una adecuada red de carreteras hace factible estar alojado en cualquier punto y “moverse” a lo largo de la comunidad. De ahí que y al hilo del efecto Guggenheim, el beneficio reportado y traducido en un mayor flujo de viajeros no sólo ha beneficiado a Bizkaia sino también a los otros dos Territorios¹⁹.

3.2.3. El gasto turístico

El conocimiento del movimiento de viajeros en sus variables de número y pernoctación resulta incompleto: es preciso conocer también cuál es el gasto que realizan y en qué partidas de gasto. El turista que llega a la CAPV, en general, realiza la gestión de la reserva por su cuenta, su estancia es corta y rara vez realiza la reserva como paquete, desde su lugar de origen. Esta situación es netamente diferente a la que presenta cualquier destino turístico en el sentido clásico, donde la figura del operador es determinante en la venta del destino y es el que absorbe la parte principal del gasto realizado.

CUADRO 3.3. Estructura del gasto del viajero alojado en hotel. 1996.

	Temporada alta		Temporada baja	
	Ptas./día	% total	Ptas./día	% total
Alojamiento	8.961	44,5	8.715	47,0
Alimentación	5.476	27,2	5.363	29,0
Transporte	1.591	8,0	1.223	6,6
Ocio y cultura	628	3,1	323	1,8
Regalos y compras	1.771	8,8	1.438	7,8
Aperitivos	1.691	8,4	1.450	7,8
Total	20.166	100,0	18.512	100,0

Fuente: “Investigación sobre el gasto medio de los visitantes alojados en hotel, en la CAPV”. Dpto. de Turismo. 1996.

Tal y como se refleja en el cuadro adjunto, en el conjunto del gasto resulta determinante el montante dedicado a alojamiento, y en segundo lugar, el gasto dirigido a alimentación y aperitivos, en ambos casos muy ligados a las otras dos ramas del sector de hostelería como son restaurantes y establecimientos de bebidas. Asimismo el patrón de gasto apenas cambia entre las dos temporadas, abaratándose el coste de alojamiento y transporte. Pero el hecho realmente destacable es que este gasto queda en la Comunidad, a diferencia de lo que ocurre en otro tipo de estructuras de gasto.

¹⁹ Y no sólo ha beneficiado a los establecimientos hoteleros sino también a la red de agroturismos y demás fórmulas de alojamiento (campings, pensiones, etc...).

Cuadro 3.4. Estructura del gasto medio del turista. 1995. Baleares. Temporada alta.

	Ptas./día	% total
Gasto medio total	9.100	100
a) en el país de origen	5.208	57,2
b) en Baleares	3.892	42,8
En el establecimiento	838	21,5
Fuera del establecimiento	3.054	78,5
En diversiones	409	10,5
En comidas	1.335	34,3
En excursiones y alquiler de vehículo	440	11,3
En otros conceptos	870	22,4
Gasto que llega a Baleares	6.652	73,1

Fuente: "La despensa turística", Conselleria d'Economia i Hisenda. Govern Balear. 1995.

Las diferencias entre las dos estructuras de gasto, además de la propia magnitud del gasto de los dos casos comparados indican que se trata de distintos nichos de mercado (tipificación de grupos de turistas): estancia corta frente a larga, coste medio-alto frente a precio competitivo, segmento de alojamiento alto frente a medio, etc... La motivación de la visita a Baleares parece obvia y vinculada con el turismo de sol y playa y las épocas estivales. La motivación en el caso de la CAPV en un 41% de la encuestas del mencionado informe se refiere a los negocios y otro 6% a la asistencia a congresos y similares.

De hecho, la reciente apertura del Museo Guggenheim Bilbao ha abierto un nuevo frente de motivación para la visita a la CAPV²⁰. En los doce primeros meses de funcionamiento del Museo, han acudido 1.360.000 visitantes, de los que el 67% proceden del resto del Estado y extranjeros, con especial importancia de los de origen francés (9%) y norteamericano (4%). Se ha estimado el gasto diario de los alojados en hotel en alrededor del 28.000 ptas./día por persona y alrededor de 8.000 si el visitante es de la propia Comunidad. En cuanto a las partidas de gasto,

Cuadro 3.5. Partidas de gasto. Visitantes del Guggenheim Bilbao en los primeros doce meses.

Partidas	Total millones de pesetas	% s/Total
Alojamiento	6.550	21%
Transporte	1.800	6%
Restaurantes, bares y cafeterías	10.550	34%
Comercio	8.100	26%
Propio museo	3.800	12%
Total	30.800	100%

Fuente: "Impacto de las actividades de la Guggenheim Bilbao Museoraen Fundazioa en Euskadi". Documento de conclusiones, octubre de 1998.

²⁰ Información tomada de "Impacto de las actividades de la Guggenheim Bilbao Museoraen Fundazioa en Euskadi". Documento de conclusiones, octubre de 1998.

Cuadro 3.6: Excursionista transfronterizo. Octubre 1996-Octubre 1997.

Partidas	Total millones de pesetas	% s/Total
Comercio-compras	10.657	27%
Transporte-combustible	5.049	13%
Bares, discotecas	4.855	12%
Restaurantes,	6.692	17%
Espectáculos	3.888	10%
Servicios personales	3.998	10%
Otros	3.734	10%
Total	38.876	100%

Fuente: "Turismo y excursionismo en el País Vasco". Informe sobre el excursionismo proveniente de Francia. 1997. Dpto. de Turismo.

Ambas fuentes de información hacen referencia a dos motivaciones: para los primeros el objeto de la visita es básicamente conocer el Museo (84%), lo que conlleva una serie de gastos de importancia en algunos subsectores. Para el segundo grupo, la motivación principal es, primordialmente, la realización de compras y servicios personales (53%) y el ocio (gastronómico, cultural, deportivo,...) que representa el 27%. Y por último, el análisis del visitante transfronterizo deja abierta una línea de actuación: el 54% declara no conocer la oferta turística de la CAPV.

4. LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: LAS TABLAS IO DEL TURISMO

4.1. Breve nota metodológica

Este repaso sobre las fuentes de información disponibles sobre el movimiento turístico en la CAPV son imprescindibles para el conocimiento de la actividad turística, pero se trata de aproximaciones parciales. De una parte, las relacionadas con la evolución coyuntural o estructural de la red de alojamientos objeto de seguimiento estadístico así como de algunas variables relativas a los viajeros. Y de otra, la importancia económica de dicha actividad, bien con respecto a su participación en el conjunto o bien en tanto que está presente a lo largo de la comunidad. Pero, no se puede ligar el efecto de la presencia de viajeros y su impacto económico global. Este objetivo se abordó en el ejercicio de construcción de las Tablas IO del Turismo de CAPV (1994)²¹ que permitió i) evaluar el peso del conjunto de la actividad en la sociedad vasca, y ii) poner de manifiesto la importancia de ampliar y mejorar el conocimiento del fenómeno turístico.

Las Tablas IO del Turismo son una adaptación de las tablas globales de la economía vasca de modo que recojan adecuadamente el fenómeno del turismo. Contando con estas tablas como punto de partida, se realizan dos grandes tipos de adaptaciones:

- Se desagregan aquellos sectores de mayor impacto por parte de la demanda turística, con la finalidad de contar con una información más detallada y conocer la estructura de relaciones de estos sectores con el resto de la economía; y por otra parte, se agregan los que se consideran afectados en menor medida;
- Se identifica de modo preciso qué parte de la demanda (consumo final) corresponde al colectivo de turísticas y en consecuencia, conocer el impacto global de esta actividad.

El resultado final es unas tablas IO (matrices de demanda intermedia y demanda final) con una desagregación a 37 sectores y donde el consumo privado distingue entre el realizado por los residentes y los no residentes. De forma resumida la ficha siguiente resume las principales desagregaciones acometidas.

²¹ Tablas Input-Output del Turismo. C.A.PV.-1994, Departamento de Comercio Consumo y Turismo (1997).

Desagregación sectorial

TIO-CAPV, 1990	TIOT-CAPV, 1994	
1. Agropecuario y pesca	1. Agropecuario y pesca	19. Hoteles grupo I
2. Energía y agua	2. Energía y agua	20. Hoteles grupo II
3. Metálicas básicas	3. Metálicas básicas	21. Campings
4. Industrias no metálicas	4. Industrias no metálicas	22. Restaurantes
5. Química	5. Química	23. Bares, cafeterías y otros
6. Cons. metálicas	6. Cons. metálicas	24. Transporte urbano
7. Art. metálicos	7. Art. metálicos	25. Trans. viajeros carretera
8. Maquinaria	8. Maquinaria	26. Trans. mercancías carretera
9. Mat. eléctrico	9. Mat. eléctrico	27. Trans. ferroviario viajeros
10. Mq. transporte	10. Mq. transporte	28. Trans. ferroviario mercancías
11. Alimentación	11. Alimentación	29. Trans. marítimo-aéreo viajeros
12. Textil y calzado	12. Textil y calzado	30. Trans. marítimo-aéreo mercancías
13. Madera y mueble	13. Madera y mueble	31. Agencias de viajes
14. Papel y gráficas	14. Papel y gráficas	32. Otros anexos al transporte
15. Caucho y plástico	15. Caucho y plástico	33. Comunicaciones
16. Construcción	16. Construcción	34. Banca y seguros
17. Comercio-Hostelería	17. Recuperación-reparación	35. Adm. Públicas
18. Transporte-comunicaciones	18. Comercio	36. O.S. Comerciales
19. Banca y seguros		37. O.S. no Comerciales
20. Adm. Públicas		
21. O.S. Comerciales		
22. O.S. no Comerciales		

Desagregación de la demanda final

1. Consumo colectivo final	1. Consumo colectivo final
2. Consumo familiar final	2. Consumo familiar final
3. Formación Bruta de Capital Fijo	2.1. Consumo no turístico
4. Variación de Existencias	2.2. Consumo turístico
5. Exportaciones	2.2.1. Consumo turístico residentes
	2.2.2. Consumo turístico resto Estado
	2.2.3. Consumo turístico extranjeros
	3. Formación Bruta de Capital Fijo
	4. Variación de Existencias
	5. Exportaciones

Desde el lado de la demanda, la Tabla IO del Turismo desagrega el consumo privado en dos grandes grupos:

- No turístico o el consumo realizado por la población residente;
- Turístico, como la parte del consumo imputable a la población visitante, que a su vez se desagregó entre el consumo turístico realizado por los residentes, los procedentes del resto del Estado y los extranjeros.
- Dentro de este consumo turístico se prestó especial atención al comportamiento del excursionista transfronterizo, de especial importancia en el área próxima a la frontera y que además realiza sus vistas con asiduidad.

La realización de la desagregación de las diferentes ramas de actividad y de las variables de consumos se basaron en la combinación de distintas fuentes estadísticas que directa o indirectamente hacen referencia a las cuestiones tratadas, junto con amplia información cualitativa. Entre las distintas estadísticas utilizadas se encuentran:

- Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores (Eustat)
- Encuesta al sector de hostelería, 1994 (Eustat)

- Encuesta al sector de servicios-agencias de viajes (Eustat)
- Encuesta continua de presupuestos familiares (INE)
- Encuesta FRONTUR (Secretaría de Turismo)
- Movimiento turístico de los españoles (Instituto de Estudios Turísticos)
- Dimensión regional de los impactos macroeconómicos del turismo (Instituto de Estudios Turísticos)
- Tabla IO-Turismo de la Economía Española, 1992 (Instituto de Estudios Turísticos)
- Estimación de vivienda turística y su ocupación, además de la relacionada con otros alojamientos (campings, agroturismo, pensiones).

Por último, la tabla IO-Turismo de la CAPV, 1994, es como cualquier tabla Input-Output: consiste en un tabla de doble entrada que resume la actividad económica de la comunidad en la que cada fila representa las ventas de cada rama de actividad concreta bien al resto de las ramas (37 ramas de actividad) o bien a la demanda final (en la que se distingue entre los sectores residentes y no residentes). Cada columna representa las materias primas y demás recursos de cada rama de actividad y en el caso de las columnas de demanda, se desagregan los distintos componentes de ésta por ramas de actividad.

4.2. Resultados: una primera cuantificación de la actividad turística

La actividad turística concebida como una actividad de síntesis es perfectamente capturada por el instrumento específicamente ideado como son las tablas IO-Turismo de la CAPV que permite el conocimiento de la incidencia de esta actividad en los distintos macroagregados. De forma resumida, las claves macroeconómicas del turismo recibido en la CAPV en 1994 son:

- En 1994 se estima que visitan la CAPV un total de 2,9 millones de turistas y atraviesan la frontera alrededor de 2,2 millones de excursionistas.
- El gasto medio diario del turista se estima en 6.100 pesetas, que se traduce en un total de 183.171 millones de pesetas. De esta cantidad, el 60% corresponde a los viajeros alojados en viviendas propias o de alquiler, el 17,1% a los alojados en hotel y el 9,4% a los excursionistas transfronterizos.
- En principio, Gipuzkoa absorbe el 47% del consumo, seguido de Bizkaia (46,6%) y de Alava (6%).
- Más del 50% del gasto se concentra en los apartados: bares, cafeterías y otras, hoteles, comercio, restaurantes y alimentación.
- Contabilizando los efectos directos e indirectos, la demanda turística aportó:
 - 241.944 millones de pesetas a **la producción bruta**, que representa el **3,1%** del total.
 - 128.672 millones al **PIB**, que representa **3,3%** del total.
 - 69.108 al **excedente bruto**, que representa el **4,1%** del total.
 - alrededor de 17.600 **empleos** directos y otros 5.000 indirectos, lo que supone el **3,3%** del total.
 - y finalmente, alrededor del **37%** del efecto se debe **al turismo del Estado** y el **26,8%** a los procedentes del extranjero, incluyendo a los **excursionistas**.

La utilización de este instrumento como forma de computar el impacto de la actividad turística ha permitido distinguir lo que es la actividad de un sector cualquiera dirigido a su población próxima o residente, de la que no lo es y visita la comunidad. Pero además pone de manifiesto que todos los sectores contribuyen a conformar este gasto turístico y así, entre los directamente relacionados con el transporte, el comercio y la hostelería se alcanzó alrededor del 73% del consumo turístico.

Cuadro 4.1. Sectores turísticos y aportación al consumo turístico. 1994.

Sectores	Consumo turístico total	Producción total del sector
21. Campings	0,4%	66,8%
27. Transporte ferroviario de viajeros	1,1%	19,3%
25. Transporte de viajeros por carretera	1,9%	13,2%
20. Hostelería menos de 3 estrellas	3,4%	60,2%
29. Trans. marítimo-aéreo viajeros	3,5%	11,5%
22. Restaurantes	9,3%	12,0%
18. Comercio	10,2%	1,7%
19. Hotelería 3 y más estrellas	12,4%	58,6%
35. Alquileres y otras servicios comerciales	13,4%	2,2%
23. Bares, cafeterías y otros	17,7%	16,4%
Total	73,3%	—

Fuente: Tablas IO-Turismo de la CAPV, 1994. Dpto. de Turismo. Gobierno Vasco. 1997.

Luego, resta más de una cuarta parte de dicho consumo que ha de ser provisto por parte de otros sectores de actividad para los que la importancia de éste es menor. Pero, así y todo, resulta destacable que siendo una actividad de importancia, no es determinante para casi ninguno de los sectores de actividad mencionados (los de alojamiento los más afectados), pero ayuda a “redondear” las cifras de cada uno de ellos. En este sentido, contar con un instrumento como las tablas IO de turismo permite realizar este tipo de aproximaciones a la magnitud de una actividad que, en principio, no es determinante y en segundo lugar o incluso motivado por lo anterior, resulta de difícil cuantificación y seguimiento.

Al hilo de la capacidad del instrumento, recientemente se ha realizado un ejercicio para evaluar el impacto de los primeros doce meses de funcionamiento del Guggenheim que, en parte, utiliza este instrumento. El resultado es que el consumo asociado a estos viajeros (30.800 millones de pesetas) se evalúan como el 0,47% del PIB y el 0,51% del empleo (en tanto que empleos que atienden a esta demanda, que bien pudieran estar creados con anterioridad).

CONCLUSIONES

a) Conclusiones respecto de la actividad

- El hilo conductor del presente artículo ha tomado como punto de partida la delimitación de la actividad-oferta turística. La primera conclusión es la **imposibilidad de delimitar esta actividad desde la oferta**, puesto que se define desde la demanda, desde la propia condición del consumidor-turística.
- Así y todo, se ha utilizado una primera forma de aproximación que centra la atención en el sector de hostelería en la CAPV: destaca por su **madurez y consolidación** en su aportación al VAB generado y al empleo, aportaciones que rondan el 4% y 5% respectivamente.
- Pero además, esta actividad está **homogéneamente presente en el conjunto del territorio** y responde a unas características determinadas en respuesta a la demanda hasta ahora atendida: la red de campings está básicamente en la costa, la oferta de hoteles se concentra en las capitales y absorbe el grueso de las plazas disponibles y la red de agroturismo está más presente en el interior.
- Esta primera aproximación muestra, de una parte, la **importancia de la actividad** en cuanto que no se concentra especialmente en un área, por lo que su efecto generador de empleo y riqueza se difunde por el conjunto de la geografía, y de otra, su dinamismo, ya que, en conjunto, la red ha aumentado su oferta.
- El acercamiento desde la demanda ha considerado la información disponible y relativa al movimiento de viajeros: **la tendencia es creciente** e incluso espectacular en 1998, consiguiendo la mejora en el grado de ocupación de la red.
- Se detecta un cierto **fenómeno de estacionalidad** en la ocupación fundamentalmente debido a la parte guipuzcoana de la red hotelera, con un claro perfil de incremento de la ocupación en la época estival.
- La característica principal de los visitantes alojados en hotel es su **corta estancia**: inferior a dos días y que apenas ha crecido en los últimos años. La motivación (41% negocios) pudiera explicar esta baja estancia.
- El **consumo de los viajeros** (en tanto que alojados en hotel o visitantes de día) es relativamente alto si se compara con otras zonas, como Baleares, de acuerdo con una **estructura de motivaciones** en las que el ocio-vacaciones no es la razón principal, motivo que alargaría la estancia.
- Y la confirmación de que la actividad turística es **una actividad de síntesis** que involucra, en mayor o menor medida, al conjunto productivo de la Comunidad. En sentido y medido en 1994, su aportación al PIB y al empleo ronda el 3,3%.

b) Reflexiones sobre este acercamiento a la actividad turística

- La propia condición histórica de la CAPV no predispone para el análisis de una actividad a la que, hasta ahora, se le ha concedido una importancia puntual. La imparable diversificación de las actividades, entre las que se incluye la turística, que se está produciendo en las sociedades desarrolladas, también está presente en la sociedad vasca y, poco a poco, los **agentes** del sector han iniciado el **conocimiento** y la **promoción** de esta actividad.
- El repaso a **las fuentes estadísticas** hasta ahora disponibles ha permitido hacer una **primera fotografía** del sector, que en muchos de sus rasgos todavía es borrosa. Sin embargo, es un punto de partida indispensable en tanto que:
 - Pone en valor una actividad y a los sectores principalmente implicados.
 - Alerta sobre la presencia de una demanda a atender que consume parte de la producción del país y que afecta al conjunto de la sociedad.
 - Manifiesta el interés de sus atractivos y en ocasiones los revaloriza, respondiendo de forma inducida a una demanda que se ha presentado sin una campaña de atracción como tal.
 - Y genera riqueza y empleo.

- Todo este conjunto de informaciones se refiere a **dos ámbitos** diferentes:
 - El conocimiento macroeconómico, relativo a la estructura productiva de los sectores, al impacto macroeconómico de la actividad, a los volúmenes de empleo y VAB, etc...
 - El conocimiento microeconómico, relativo los propios establecimientos, a su presencia territorial, a la motivación del viajeros, a su gasto, etc...
- Y por lo tanto, los resultados y la continuidad en su conocimiento tienen **utilidades diferentes**:
 - De una parte, la relativa a la delimitación de una actividad como es el turismo en el conjunto de las actividades y en cuanto a su aportación al conjunto
 - Y de otra, ligada a la viabilidad de cada una de las empresas implicadas, a la motivación del viajero y a la capacidad desde el tejido empresarial de generar demanda para su oferta.
- Pero sobre todo queda patente la **interconexión** de todas las fuentes de información y de los agentes implicados.

c) Recomendaciones

- Esta primera aproximación de la realidad turística vasca ha dependido en ocasiones de ejercicios puntuales que han realizado acercamientos parciales a la actividad. En la medida en que estas referencias envejecen sin realizarse una actualización perderán su utilidad y vigencia y será difícil conocer y computar la importancia de esta actividad.
- Por eso, la principal recomendación que surge de este proceso de reflexión es que la existencia de **instrumentos e iniciativas** para el conocimiento y seguimiento de la actividad turística **no** debe quedarse en **hechos aislados** sino que debería contar con:
 - La **periodicidad y continuidad** que el seguimiento de la actividad requiera y que además se coordine con instrumentos de cálculo global, como son las tablas IO del Turismo.
 - La **coordinación** de los agentes interesados en los resultados de la información, de manera que el mejor conocimiento de la actividad y de sus usuarios permita articular las estrategias de introducción en nuevos nichos de demanda o ampliación de los existentes sobre la base de una conocimiento más sólido que el actual.
 - Y que deberá **extender su objeto de atención** a aspectos hasta ahora poco o nada tratados como son los relativos al gasto del turista, a la motivación del turista interior, etc...
- Sobre esta base, es preciso el **esfuerzo** de los agentes públicos en la aportación de medios para la realización de las operaciones estadísticas correspondientes y que deberán contar con la colaboración de los agentes privados, en la aportación de una **información fidedigna**.
- Pero además, el aprovechamiento de los recursos turísticos de la CAPV y por tanto el desarrollo de la actividad precisa de un **modelo de turismo** que atienda a sus valores culturales, naturalísticos, gastronómicos, etc... que sea compatible con la sostenibilidad de los recursos y que se apoye en una red de oferta ya existente. Se trata de rentabilizar el flujo de viajeros (turistas o excursionistas e independientemente de su motivación) que constituyen su demanda actual frente a los que el reto es mejorar la estancia media.
- Este modelo puede servir de **referencia para todas aquellas otras iniciativas** que sin tener al turismo como objeto principal de atención son capaces de generar importantes volúmenes de visitantes. La referencia a un marco de actuación permitirá, entre otras cosas, la coordinación de los agentes y en este sentido la optimización de los recursos utilizados para la consecución de un fin que tiene ramificaciones en más de una actividad. Es el caso, por ejemplo, de la puesta en marcha de eventos culturales, congresos etc...que podrían estar enmarcados en una estrategia global de dinamización de la actividad turística.
- Ello requiere de la participación de **expertos y conocedores** del sector y de la potenciación de la participación activa de los agentes privados en la consolidación y comercialización de una propuesta turística ya dibujada.

BIBLIOGRAFÍA

“Turismo y excursionismo en el País Vasco”. Colección Informes y Documentos, nº 5. Dpto. de Comercio, Consumo y Turismo. Gobierno Vasco. 1997.

“Tablas Input-Output del Turismo. C.A. del País Vasco-1994”. Dpto. de Comercio, Consumo y Turismo. Gobierno Vasco. 1997.

“Datos Turísticos del País Vasco-1995”. Dpto. de Comercio, Consumo y Turismo. Gobierno Vasco. 1997.

“Informe del gasto realizado por el viajero alojado en hotel”. Dpto. de Comercio, Consumo y Turismo. Gobierno Vasco. 1997.

“Seminario: Sistemas de indicadores nacionales para el análisis de la economía del turismo”. Monográfico de Estudios Turísticos, nº 138. Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Economía y Hacienda. 1998.

“Restauración. Informes sectoriales de la C.A. del País Vasco”. Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras. Diciembre 1998.

“Agencias de Viajes. Informes sectoriales de la C.A. del País Vasco”. Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras. Octubre 1997.

“Sector Hotelero. Informes sectoriales de la C.A. del País Vasco”. Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras. Septiembre 1993.

“Impacto de las actividades de la Guggenheim Bilbao Museoaren Fundazioa en Euskadi”. Documento de conclusiones-octubre de 1998. Elaborado por KPMG Peat & Marwick.

Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores, E.E.T.R. EUSTAT.

Tablas Input-Output de la C.A. del País Vasco. 1985-1990-1995. EUSTAT.

Encuesta de Hostelería, 1994. EUSTAT.

Cuentas Económicas, distintos años. EUSTAT.

Directorio de Actividades Económicas (DIRAE), distintos años. EUSTAT.