



Trabajo Fin de Grado

Crecimiento económico y sector turismo en las
Islas Canarias

Autor/es

Saray Fernández González

Director/es

Monia Ben Kabbia

Elena Calvo

Facultad de Economía y Empresa / Universidad de Zaragoza

2014

RESUMEN

El turismo es un sector clave en el desarrollo económico de un país. Por ello, conocer las principales características de los turistas canarios permite mejorar la prestación de servicios y fortalecer las relaciones con los clientes potenciales. En este estudio, se realiza un análisis de la demanda y de la caracterización de los turistas con el objetivo de identificar el perfil general del cliente, atendiendo a los factores determinantes que los diferencian. Además, se realizará un análisis de la elasticidad de la demanda ante variaciones en la renta de las personas.

PALABRAS CLAVE

Turismo, demanda turística, perfil del turista, crecimiento económico, Islas Canarias, segmentación.

ABSTRACT

Tourism is a key sector in the economic development of a country. Therefore, it is essential to know the main features of the Canary Islands due to the fact that it allows strengthening relationships with potential clients and improve service delivery. This study makes an analysis of demand and draws the main characteristics of the canarian tourist to identify the general profile of the client, attending to the determinant factors that differentiate them. In addition, there will be an analysis of the elasticity of demand variations on the income of people.

KEYWORDS

Tourism, tourism demand, profile of the tourist, economic growth, Canary Islands, segmentation.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR TURÍSTICO CANARIO	7
2.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS DEL SECTOR.....	8
2.2. TURISMO Y SECTOR SERVICIOS	10
3. EVOLUCIÓN DEL FLUJO DE ENTRADAS DE TURISTAS EN LAS ISLAS CANARIAS.13	13
3.1. LA DEMANDA TURÍSTICA EN CANARIAS	13
3.1.1. <i>Llegada de vuelos internacionales a las islas</i>	<i>13</i>
3.2. TURISMO INTERNO	16
3.3. PERFIL DEL TURISTA	17
3.3.1. <i>Segmentación según los aspectos que impulsaron su elección:</i>	<i>18</i>
3.3.2. <i>Segmentación según los aspectos que influyeron en su elección:</i>	<i>18</i>
3.3.3. <i>Segmentación según los conceptos del viaje pagados en origen:</i>	<i>19</i>
3.3.4. <i>Segmentación según el tipo de aerolínea:</i>	<i>20</i>
3.3.5. <i>Segmentación según el tipo de alojamiento:</i>	<i>21</i>
3.3.6. <i>Segmentación según la edad:</i>	<i>21</i>
3.4. ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS ISLAS	22
3.5. GASTO DE LOS TURISTAS	25
3.5.1. <i>Gasto medio diario por persona</i>	<i>25</i>
3.5.2. <i>Reparto de gastos en destino por turista y día</i>	<i>26</i>
4. ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD DE LA DEMANDA ANTE VARIACIONES EN LA RENTA.....	28
4.1. MARCO TEÓRICO.....	28
4.2. SELECCIÓN DE LAS VARIABLES	29
4.2.1. <i>Variables dependientes</i>	<i>29</i>
4.2.2. <i>Variables independientes</i>	<i>29</i>
4.3. ESPECIFICACIÓN DEL MODELO ECONOMÉTRICO.....	33
5. CONCLUSIONES	38
6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:	40
7. ANEXO I	42
8. ANEXO II.....	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: VISITAS A BALEARES, CATALUÑA Y CANARIAS DE 2001 A 2013 EXPRESADO EN MILES	11
GRÁFICO 2: SERIE TEMPORAL DE LLEGADA DE VUELOS INTERNACIONALES A LAS ISLAS CANARIAS (1990-2013).....	14
GRÁFICO 3: SERIE TEMPORAL DE LLEGADA DE VUELOS INTERNACIONALES, DIFERENCIANDO POR ISLAS (1990-2013)	15
GRÁFICO 4: SEGMENTACIÓN SEGÚN LOS ASPECTOS QUE IMPULSARON SU ELECCIÓN (2007-2013).....	18
GRÁFICO 5: SEGMENTACIÓN SEGÚN LOS MOTIVOS QUE INFLUYERON EN SU ELECCIÓN (2007-2013)	19
GRÁFICO 6: SEGMENTACIÓN SEGÚN LOS CONCEPTOS PAGADOS EN ORIGEN (2007-2013)	19
GRÁFICO 7: SEGMENTACIÓN SEGÚN EL TIPO DE AEROLÍNEA (2007-2013).....	20
GRÁFICO 8: SEGMENTACIÓN SEGÚN EL TIPO DE ALOJAMIENTO (2007-2013)	21
GRÁFICO 9: SEGMENTACIÓN SEGÚN LA EDAD (2007-2013)	22
GRÁFICO 10: FRECUENCIA DE TURISTAS POR PAÍS DE PROCEDENCIA, AÑO 2013	23
GRÁFICO 11: PORCENTAJE DE FRECUENCIA DE VISITAS DE EXTRANJEROS SEGÚN LA ISLA EN 2013	24
GRÁFICO 12: EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA (2007-2013)	25
GRÁFICO 13: EVOLUCIÓN GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA (2007-2013).....	26
GRÁFICO 14: COMPARACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DE TURISMO BRITÁNICO EN LAS ISLAS CANARIAS Y EL TIPO DE CAMBIO DE LA LIBRA.....	31
GRÁFICO 15: EVOLUCIÓN DEL PIB EN LOS DISTINTOS PAÍSES	32
GRÁFICO 16: LLEGADA DE PASAJEROS PROCEDENTES DEL EXTRANJERO POR VÍA AÉREA SEGÚN PAÍSES DE 1996 A 2013 (EN LOGARITMO NEPERIANO)	32

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: TURISMO INTERNO 2010-2013 Y VARIACIÓN	16
TABLA 2: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA PARA EL MERCADO ALEMÁN	35
TABLA 3: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA PARA EL MERCADO BRITÁNICO	35
TABLA 4: ELASTICIDADES DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LAS ISLAS CANARIAS.....	36

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: ISLAS CANARIAS	7
IMAGEN 2: MAPAMUNDI	7
IMAGEN 3: TIMANFAYA.....	9
IMAGEN 4: BUCEO.....	9

1. INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el principal organismo en cuanto a la regulación del turismo. Además, se encarga de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Esta organización aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y además de ofrecer liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. La OMT genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante la puesta en marcha de proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

Podemos definir el concepto de turismo, tal y como indica la OMT, como el fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales y de negocios.

El turismo puede estudiarse desde diferentes puntos de vista, y en esta ocasión nos ocuparemos de la importancia del sector en la reestructuración económica de las Islas Canarias, la generación de empleo, las mejoras que puede producir en infraestructuras hoteleras, aeropuertos, etc, y lo que es más importante, el repunte económico que esto puede significar para las islas.

También se analizará la contribución del turismo al crecimiento del archipiélago. Continuando con los aspectos a analizar, se concretará el perfil del turista para conocer sus gustos y preferencias cambiantes, y poder adaptarnos a los posibles cambios que surjan para conseguir que la demanda del turismo sea creciente, o por lo menos, no refleje descensos.

Y, por último, analizaremos cuáles son los motivos que los llevan a realizar estos viajes, el tiempo de estancia media en los destinos, el gasto de los turistas y la evolución del turismo, entre otros aspectos de interés.

Pero, antes de comenzar con el estudio, conviene diferenciar bien entre los términos de turismo para poder entenderlos mejor. Tal y como indica la OMT hay seis tipos de turismo:

- **Turismo emisor:** abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.
- **Turismo interior:** engloba el turismo interno y el receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
- **Turismo internacional:** incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.
- **Turismo interno:** incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.
- **Turismo nacional:** abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.
- **Turismo receptor:** engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Para la realización de este estudio se han utilizado, principalmente las siguientes bases de datos: Instituto Nacional de Estadística (INE), Organización Mundial del Turismo (OMT), datosmacro, Turismo de Canarias, Promotur (Turismo de Canarias en informes estadísticos), Instituto Canario de Estadística (ISTAC), e Instituto de Estudios Turísticos (EGATUR).

En lo referente a la estructura del trabajo, en primer lugar, se señalan las principales características del sector turístico Canario, para poder conocer los aspectos más importantes de las Islas, y así poder entender mejor los datos comentados a lo largo del mismo. También se ofrece información acerca de los productos del sector, como son por ejemplo, sol y playa, deportes, turismo cultural, turismo de bienestar... Por último, se ofrece información sobre el turismo y el sector servicios, indicando datos acerca del sector y comparándolo con sus principales competidores dentro de España.

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

En el presente trabajo también se podrá encontrar la evolución del flujo de entradas de turistas en las Islas Canarias. En este punto se va a desarrollar un análisis intensivo acerca de todos los factores más influyentes en el turismo del archipiélago. El estudio se centrará en analizar la demanda turística en Canarias, diferenciando el turismo de las Islas en general y el de cada isla en particular. También se analizará el turismo interno y se estudiará el perfil del turista atendiendo a diferentes segmentaciones para conocer cuáles son los gustos o necesidades de los turistas, y poder responder de forma más satisfactoria la demanda de los mismos. Además, se realizará un análisis del origen de procedencia de los turistas que visitan las islas para poder conocer cuáles son los países que visitan con mayor asiduidad las Islas, y poder hacer especial hincapié en aumentar el número de visitantes del resto de países. Se analizará el gasto medio diario por persona de los turistas y también el reparto de los gastos en destino por turista y día.

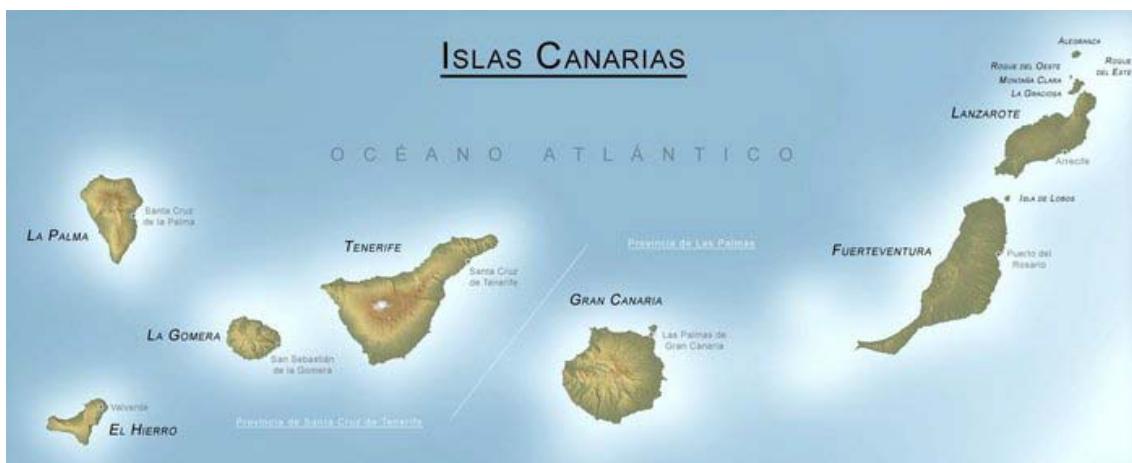
En el presente estudio también se realizará un análisis de la sensibilidad de la demanda turística, diferenciando entre los factores más relevantes, y se analizará como afectan a la demanda los cambios en la renta per cápita de los clientes.

Por último, se detallarán las conclusiones obtenidas tras la investigación realizada y la documentación recogida para la realización de este trabajo con el fin de identificar las principales líneas a seguir para mejorar el servicio en las Islas y atraer a un mayor número de turistas hasta el archipiélago canario.

2. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR TURÍSTICO CANARIO

Canarias es un archipiélago del océano Atlántico que conforma una de las 17 comunidades autónomas de España. Está formada por siete islas principales: La Gomera, Tenerife, La Palma y El Hierro, que forman la provincia de Santa Cruz de Tenerife; y Fuerteventura, Lanzarote y Gran Canaria, formando la provincia de Las Palmas (ver imagen 1).

Imagen 1: Islas Canarias



Fuente: www.google.es

El archipiélago está situado en el norte de África, cerca del sur de Marruecos y del desierto del Sahara (ver imagen 2).

Imagen 2: Mapamundi



Fuente: www.google.es

Debido a su situación, Canarias posee un clima subtropical, lo que implica una gran ventaja sobre las demás regiones españolas. Sus atractivos naturales, sus playas y paisajes, junto con su buen clima, hacen de las islas un importante destino turístico.

En cuanto a los datos demográficos, las islas Canarias poseen una población de 2.118.344 habitantes y una densidad de 284,46 hab/km², lo que la convierte en la octava Comunidad Autónoma de España en población, con una extensión total del archipiélago de 7.447 km². Si bien es cierto, la mayoría de la población se concentra en Tenerife y Gran Canaria.

Las Islas Canarias son uno de los lugares con mejor clima del mundo, debido a que posee una muy buena temperatura en todas las épocas del año, teniendo temperaturas de alrededor de los 19 grados en invierno y 23 en verano, por lo que se trata de un turismo de “no estacionalidad”. También destaca por sus playas y su naturaleza volcánica, ya que cuenta con el volcán del Teide.

2.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS DEL SECTOR

El sector turístico canario se estructura por diferentes productos turísticos y la oferta de servicios es variada según el tipo de isla. A pesar de las diferencias existentes entre las islas, el archipiélago cuenta con grandes atractivos para impulsar la visita de turistas y, entre ellos, destacan los siguientes:

- Sol y playa: ofrecen una gran variedad de playas para disfrutar de todo tipo de actividades. Su oferta es tan variada que albergan desde playa para relajarse y pasar un día en familia hasta playas para practicar todo tipo de deportes acuáticos o perderse con una visita a su entorno natural.
- Circuitos turísticos generales: todas las islas tienen un origen volcánico, que es un sello de identidad del archipiélago. Además, el 40% del territorio está protegido, por lo que presentan gran variedad de paisajes protegidos, monumentos naturales y sitios de interés científico. Entre éstos, destacan el volcán del Teide, y el parque Nacional del Timanfaya.

Imagen 3: Timanfaya



Fuente: www.google.es

Imagen 4: Buceo



Fuente: www.google.es

- Deportes y aventuras: las islas permiten la realización de todo tipo de deportes como son el senderismo, rutas a caballo o camello, descenso de barrancos, escalada, etc; o actividades acuáticas como submarinismo, surf o vela.
- Parques temáticos y acuáticos: en este tipo de turismo, destaca como parque acuático el *Siam Park* en Tenerife, y como parques temáticos, destaca también la isla de Tenerife con *Pueblo Chico* y con *Loro Park*.
- Turismo de bienestar: las islas también ofrecen un amplio turismo de bienestar, ya que cuentan con gran variedad de spas, termas, zonas de relajación...
- Turismo cultural: las tradiciones, la gastronomía y la artesanía también forman parte del atractivo turístico de la zona, ya que existe un turismo cultural que también ofrece a sus visitantes diferentes alternativas relacionadas con la pintura, la escultura, la arquitectura, el cine, la fotografía, la música, la danza y el teatro.
- Ecoturismo y turismo de naturaleza: se basa en la observación de la flora y la fauna, aunque entre sus actividades destacan las visitas a zonas volcánicas y el buceo.
- Turismo de gastronomía: el archipiélago presenta gran variedad en su gastronomía debido a la transformación de la cocina aborigen, debido a los encuentros de cultura que se han producido en el archipiélago. Dentro de la gastronomía destacan el queso y el vino, dotados con Denominación de Origen Protegida.

Por todo ello, Canarias podría ser considerada un destino costero, que es uno de los modelos turísticos más significativos en la actualidad. Cabe destacar además, que cada isla presenta un ecosistema único, lo que implica una gran diversidad biológica.

El entorno natural privilegiado de Canarias le ha valido el reconocimiento como Reserva de la Biosfera en Lanzarote, El Hierro y la Palma por la Unesco. Pero estos no son los únicos reconocimientos que han recibido las Islas, ya que también destacan como Patrimonio de la Humanidad los Parques Nacionales del Garajonay y el Teide y los 141 espacios protegidos que albergan.

2.2. TURISMO Y SECTOR SERVICIOS

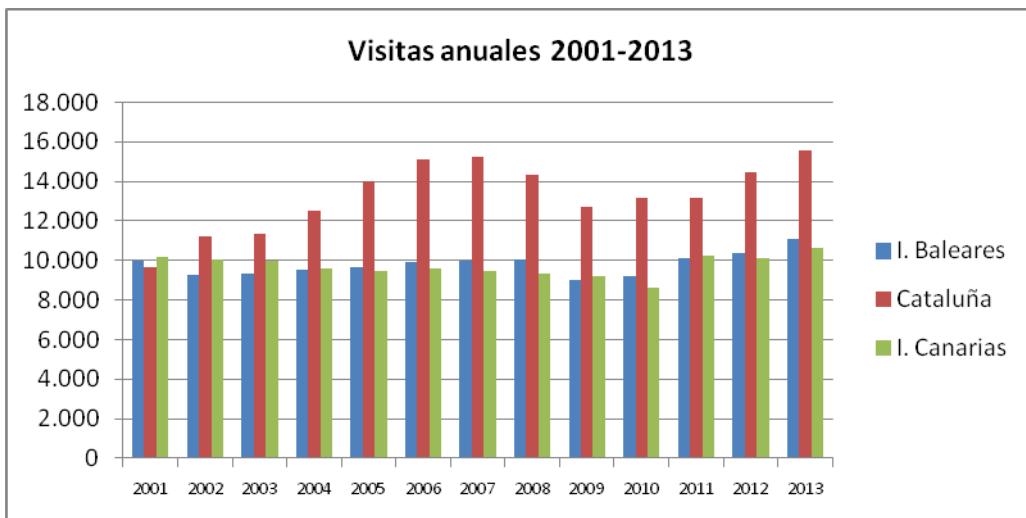
El sector servicios es uno de los sectores económicos más importantes en las Islas Canarias, destacando dentro de éste el turismo y el comercio minorista como principales factores del crecimiento económico del archipiélago. En este sentido, podríamos destacar el turismo como el principal impulsor de la actividad económica de las Islas; de hecho, según los datos recogidos por el INE, en el año 2013 el 75% del PIB de las Islas Canarias lo componía el sector servicios.

Continuando con el informe publicado por el INE, las Canarias son la tercera región española que mayor número de turistas recibe, únicamente después de Cataluña y las Islas Baleares. Además, esta información puede apreciarse claramente en el Gráfico 1, que muestra el número de entradas de turistas desde el año 2001 hasta la actualidad.

El Gráfico 1 muestra los grandes competidores turísticos de las Islas. En él se puede observar que Cataluña es la Comunidad Autónoma que más visitas recibe anualmente desde el año 2002. De hecho, en 2013 las visitas de turistas a la región catalana supusieron un 25,7% del turismo registrado en España. Muy cerca de los datos de Cataluña se encuentran las Islas Baleares, que reflejan un 18% y las Canarias que presentan un 17,53% del turismo español en 2013. Estos datos demuestran que entre estas tres comunidades autónomas se encuentra más del 60% del turismo que recibe España.

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

Gráfico 1: Visitas a Baleares, Cataluña y Canarias de 2001 a 2013 expresado en miles



Fuente: datos de www.ine.es

El Gráfico 1 muestra los grandes competidores turísticos de las Islas. En él se puede observar que Cataluña es la Comunidad Autónoma que más visitas recibe anualmente desde el año 2002. De hecho, en 2013 las visitas de turistas a la región catalana supusieron un 25,7% del turismo registrado en España. Muy cerca de los datos de Cataluña se encuentran las Islas Baleares, que reflejan un 18% y las Canarias que presentan un 17,53% del turismo español en 2013. Estos datos demuestran que entre estas tres comunidades autónomas se encuentra más del 60% del turismo que recibe España.

Del análisis del gráfico de visitas se desprende que las actividades turísticas han tenido un incremento moderado en las islas y esta tendencia de recuperación ya se deja entrever en los medios de comunicación a través de diferentes informaciones. En periódicos como ‘El Diario’ pueden leerse titulares como: “*La economía está viviendo un ciclo expansivo*”; y estos titulares van acompañados de informaciones sobre el récord histórico de turistas que recibieron las Islas en ese determinado momento. La cobertura de esta información en los medios de comunicación, ha contribuido a que las Canarias hayan registrado varios meses consecutivos con más de 1.000.000 de turistas, algo que, hasta el momento, no había ocurrido. Además, el Gráfico 1 muestra que Canarias obtuvo la cifra más alta de turistas de su historia en el año 2013.

Además, tal y como se menciona en la página web de Turismo de Canarias, en los últimos años (2009-2013) el número anual de turistas que reciben las islas se ha incrementado en un 27%.

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

Todo lo mencionado anteriormente se traduce en un crecimiento tanto de las actividades empresariales del destino como de la propia demanda turística, ya que al aumentar la demanda por parte de los turistas, hay actividades como la restauración, la hostelería, el transporte y las agencias de viaje que también se ven beneficiadas, aumentando sus ventas y su cuota de mercado.

3. EVOLUCIÓN DEL FLUJO DE ENTRADAS DE TURISTAS EN LAS ISLAS CANARIAS

La actividad turística es uno de los sectores más influyentes en el desarrollo económico y socio-cultural de las Islas Canarias. De hecho, los indicadores turísticos muestran una excelente evolución del sector desde 1990, tal y como se recoge en la página web de Turismo de Canarias. La importancia de este sector también queda reflejada a través del gasto que realizan los turistas que visitan las islas, pero la idea de crecimiento turístico está sufriendo muchos cambios durante los últimos años debido tanto a los cambios producidos en los gustos y perfil de los turistas que llegan hasta las Islas como a los cambios tecnológicos y la internacionalización del sector.

3.1. LA DEMANDA TURÍSTICA EN CANARIAS

Según Cooper et. Al (1993), la demanda turística se define como la cantidad de servicios turísticos que se desean adquirir a distintos precios y que dependen de muchos factores, como son: económicos, psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. Esta cantidad de servicios es muy elástica en cuanto a los precios de mercado, la renta y los hábitos de los turistas, entre otros factores.

En términos económicos, la demanda no se mide según el número de consumidores, sino como una magnitud monetaria. Además, la OMT define el gasto por turismo como el gasto realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino.

Los principales factores que influyen sobre la demanda turística son los orígenes, el destino y las conexiones. Con origen nos referimos a la relación de valor de las monedas, el nivel de renta o la capacidad de gastos del turista, su financiación, etc. En el caso del destino, hace referencia a la competitividad, el nivel de precios, la calidad, etc. Y por último, las conexiones, se refieren al coste viaje/tiempo, los precios comparativos, etc.

3.1.1. Llegada de vuelos internacionales a las islas

Debido a la gran afluencia de turistas extranjeros a las Islas Canarias, se ha querido analizar la evolución del turismo en las islas durante los últimos años y para ello se han

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

comparado las llegadas de vuelos internacionales entre 1990 y 2013, diferenciando el turismo que cada isla ha registrado durante esos años. De esta forma, podemos observar los cambios que ha sufrido y los motivos que los han suscitado.

Gráfico 2: Serie temporal de llegada de vuelos internacionales a las islas Canarias (1990-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

A la vista del Gráfico 2, se puede afirmar que las visitas turísticas de los países extranjeros hacia las Islas Canarias han experimentado un crecimiento notable. Esto es debido al crecimiento económico que han experimentado los países europeos, que son los principales emisores de turistas hacia España.

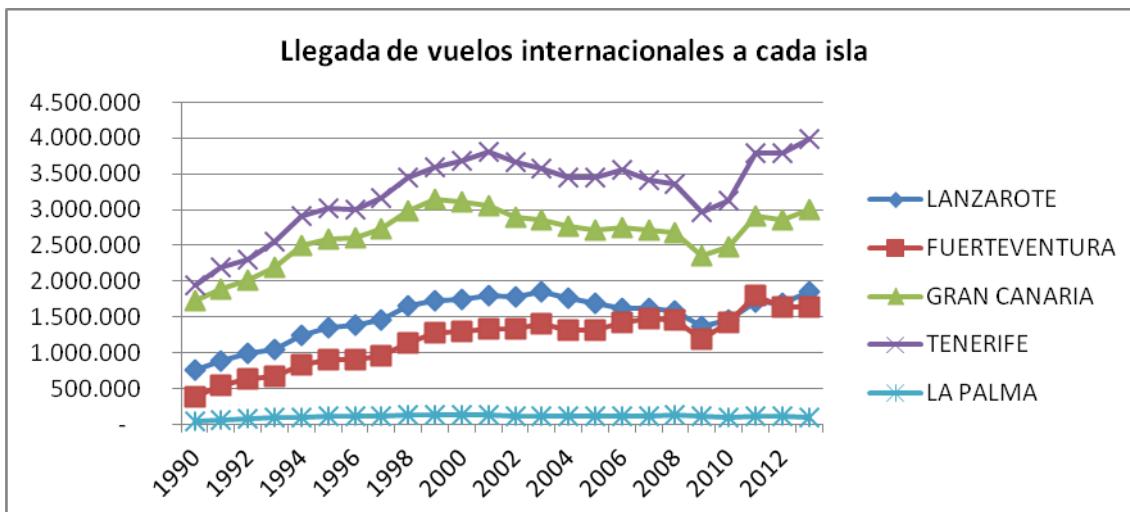
En el gráfico también se pueden observar algunos períodos de decrecimiento, aunque no se prolongan de forma duradera en el tiempo. El mayor pico de descenso se encuentra en el año 2009, coincidiendo con el periodo de crisis en el que se encontraba España y la mayoría de los países europeos. El turismo descendió casi en 2.000.000 de visitantes ese año, pero en 2010 empezó a recuperarse esta cifra de forma notoria, llegando incluso a superar en 2011 el número de llegadas de vuelos internacionales que se habían registrado años atrás.

Afortunadamente, la duración de los picos de descenso que se pueden apreciar en el gráfico no es muy prolongada y esto se debe a la rápida capacidad de recuperación de la demanda gracias al precio de los destinos turísticos de la región y la recuperación paulatina del nivel económico de los turistas europeos tras la salida del periodo de recesión económica experimentado en el continente. Estos datos, contribuyen a considerar las Islas Canarias como un destino turístico plenamente consolidado.

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

Aunque, para conocer con más detalle las llegadas de vuelos internacionales entre los años 1990 y 2013, se ha realizado una diferenciación por las islas de dichas llegadas.

Gráfico 3: Serie temporal de llegada de vuelos internacionales, diferenciando por islas (1990-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

Como puede observarse en el Gráfico 3, el mayor porcentaje de visitas al año, desde 1990, primer año considerado en el análisis, se registra en Tenerife y Gran Canaria. Estas islas, reflejan un número mucho mayor de visitas que el resto, alcanzando entre las dos casi un 70% de las visitas que cada año se registran en el archipiélago canario.

En el caso de Fuerteventura y Lanzarote, puede apreciarse que ambas siguen una trayectoria similar, alcanzando su mayor número de visitas en 2011 en ambos casos. La única variación que se observa es que, en ese año, Fuerteventura alcanza la cifra e incluso supera el número de visitas registradas en Lanzarote.

Cabe destacar también, que las visitas a la Isla de La Palma presentan modificaciones en esos 24 años, pero debido a la amplia magnitud de visitas que reciben el resto de islas, a la vista del gráfico no pueden apreciarse dichas variaciones. En cambio, puede apreciarse ese aumento de visitas que ha experimentado la isla a lo largo de esos 24 años, comenzando con 40.000 llegadas de vuelos internacionales en 1990 y alcanzando en 2013 las 100.000 visitas, según los datos obtenidos de la página web de Estadística de Turismo de Canarias.

Por otra parte, en este estudio no se han tenido en cuenta para la segmentación de vuelos a Canarias, las islas de El Hierro y La Gomera debido al bajo porcentaje de visitas

turísticas que representan, ya que son las islas que menos contribuyen al turismo de las Canarias.

Cabe destacar por último, que la forma del movimiento de las cinco curvas es similar. Es decir, todas crecen o decrecen en los mismos años, lo que indica que aunque el número de visitas a las islas varíe con los años, el porcentaje de participación del turismo a las mismas, se mantiene continuamente en el tiempo.

3.2. TURISMO INTERNO

Tal y como define el Instituto de Estudios Turísticos, el turismo interno es el que se realiza dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes del mismo. Para poder conocer cuál ha sido la variación del número de turistas españoles que han visitado las Islas Canarias, se ha realizado la Tabla 1, que también indica las cuatro comunidades autónomas que más visitan las islas, así como el número total de visitas que se producen en las islas cada año.

Tabla 1: Turismo interno 2010-2013 y variación

	RESIDENTES	ANDALUCÍA	CATALUÑA	MADRID	PAÍS VASCO	TOTAL VISITAS
2010	1.902.163	243.612	191.021	374.022	256.942	10.511.141
VAR. 2010-2011	-8,93%	-17,69%	3,05%	26,02%	-32,06%	13,30%
2011	1.732.268	200.509	196.855	471.327	174.554	11.909.235
VAR. 2011-2012	-13,64%	21,03%	-19,52%	-6,03%	1,27%	-2,39%
2012	1.496.047	242.682	158.424	442.918	176.773	11.624.062
VAR. 2012-2013	-0,32%	-1,97%	56,36%	-12,75%	-22,69%	4,19%
2013	1.491.212	237.910	247.718	386.438	136.666	12.111.282

Fuente: elaboración propia. Datos <http://www.gobiernodecanarias.org/>

Como muestra la Tabla 1, el porcentaje de visitas de turistas residentes en la Península es importante dentro del turismo de las Islas, ya que representa casi un 15% del mismo. Por otro lado, se puede observar que el número de visitas de españoles es cada vez menor, cobrando más importancia el turismo internacional, ya que el número total de visitas a las Islas en 2013 es mayor a años anteriores a pesar de haber reducido el número de visitantes que llegan desde la Península. Este hecho puede darse debido a

que los españoles, cada vez más, optamos por viajar al extranjero para poder conocer otros países o continentes.

El transcurso de 2013 no fue positivo en cuanto al número de visitantes españoles en las Islas, ya que la única región que muestra un incremento con respecto al año anterior es Cataluña, aumentando el porcentaje de visitas en un 56,36%. En el caso de Andalucía, a pesar de las variaciones reflejadas en la tabla, se puede observar que la evolución que ha presentado de 2010 a 2013 es mínima, ya que el número de visitas a las islas es similar. Cataluña, en cambio, refleja un aumento de un 25% del número de visitas del año 2010 al 2013, registrando el mayor cambio en el año 2013. En el caso de Madrid se observa un ligero aumento durante los cuatro años, aumentando el número de visitas de esta Comunidad a las Islas en 12.000 turistas, aproximadamente. Y por último, en el caso del País Vasco, las visitas de los turistas a las Islas han caído casi en un 50%, lo que indica que los turistas vascos demandan unas características a su destino de vacaciones que las Islas ya no les ofrecen.

3.3. PERFIL DEL TURISTA

Un turista, según la OMT es aquel que se aleja de su entorno actual con fines de ocio y otros por más de 24 horas y realiza el pernoche en un ámbito distinto al de su hogar, consume servicios derivados del lugar de destino y paga un valor por estos servicios consumidos. Los turistas cada vez son más exigentes y experimentados, por lo que para poder atender su demanda, hay que conocer sus gustos y necesidades. Además, disponen de mucha más información acerca de competidores y destinos turísticos, por lo que un buen estudio acerca del perfil general que presentan, puede hacer cambiar la posición global de un país o región, convirtiéndola en un referente del sector.

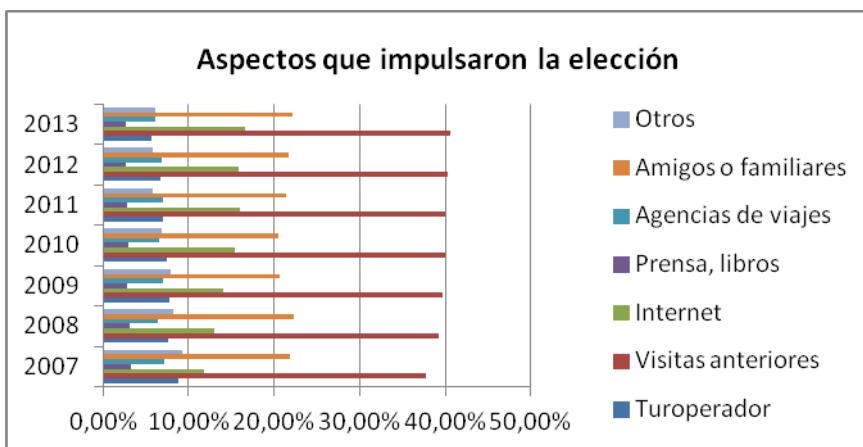
En lo referido al turismo, el cliente es el eje principal y hay que hacer un análisis exhaustivo para poder identificar cuáles son las necesidades de los consumidores o qué características demandan a la hora de elegir el destino de sus viajes.

Después de conocer la frecuencia de visitas a cada isla y la llegada de vuelos internacionales de los últimos años, se procede a analizar el perfil del turista. Para ello, se tendrán en cuenta diferentes características o parámetros que hacen notables dichas

diferencias, y se basará el estudio en los datos que se recogen en la página de Turismo de Canarias, tomando como referencia datos desde 2007 a 2013.

3.3.1. Segmentación según los aspectos que impulsaron su elección:

Gráfico 4: Segmentación según los aspectos que impulsaron su elección (2007-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

A la vista del Gráfico 4, las ‘Visitas anteriores’ son el factor predominante en cuanto a los aspectos que impulsaron la elección de los turistas, ya que se puede entrever que al conocer las islas la impresión es positiva y deciden regresar para poder seguir disfrutando del destino elegido, motivo que va cobrando mayor importancia con el paso de los años. Otro aspecto importante para su elección es la ‘Recomendación de amigos y familiares’.

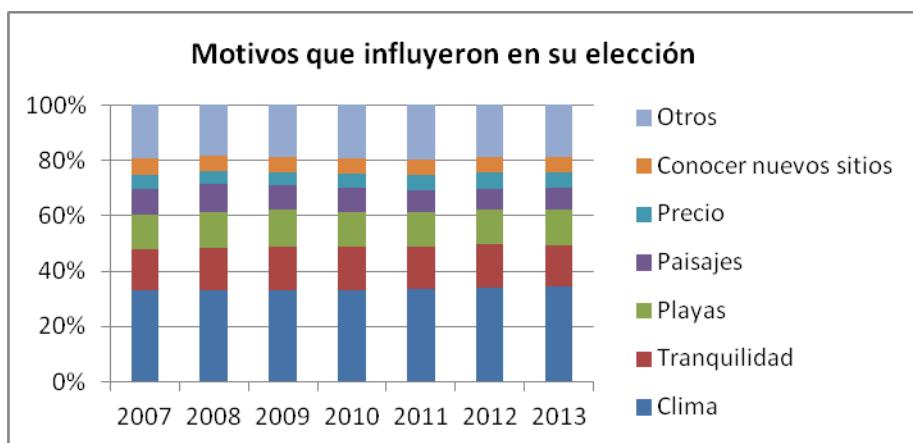
En el caso de ‘Internet’, puede apreciarse un gran aumento debido al uso generalizado del mismo y al avance tecnológico que ha experimentado la sociedad. Por el contrario, en el caso de la ‘Prensa, libros, etc.’, se observa que presentan un descenso a lo largo de los años, ya que parecen haber perdido representatividad a la hora de tomar una decisión acerca del destino.

3.3.2. Segmentación según los aspectos que influyeron en su elección:

En cuanto a los motivos que influyen en la decisión de los turistas, se observa claramente que el factor predominante es el clima, creciendo de forma continuada a lo largo de estos últimos siete años y llegando a alcanzar en 2013 una cifra del 35%.

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

Gráfico 5: Segmentación según los motivos que influyeron en su elección (2007-2013)



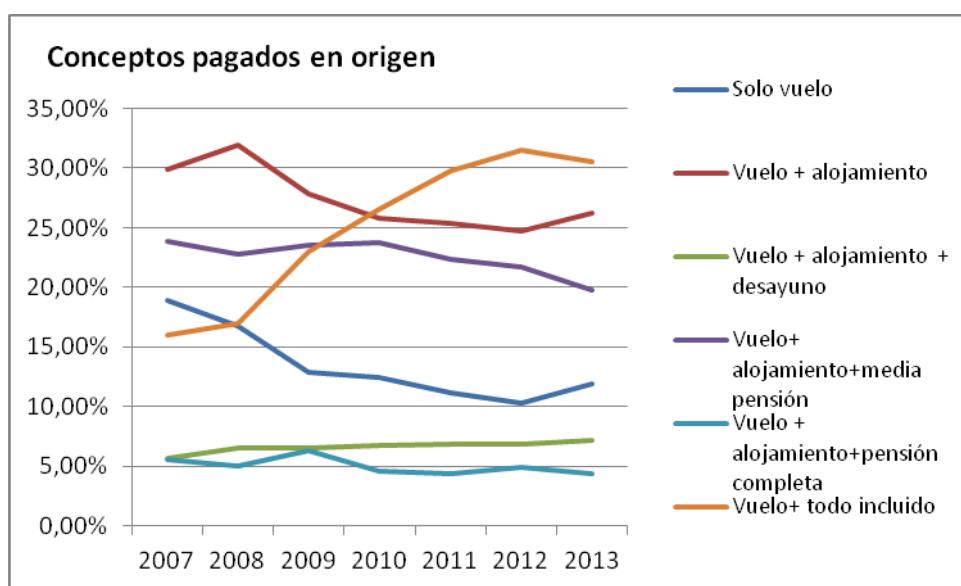
Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.turismodecanarias.com/promoturismocanarias/>

El segundo aspecto más importante a la hora de elegir el destino del viaje se corresponde con la ‘Tranquilidad’ de las Islas, aspecto al que pueden contribuir sus playas, las actividades deportivas que ofrecen, etc.

La variación presentada por los factores ha sido mínima a lo largo de los años, lo que nos indica que los cambios producidos en los gustos y hábitos de los clientes ha sido muy pequeña.

3.3.3. Segmentación según los conceptos del viaje pagados en origen:

Gráfico 6: Segmentación según los conceptos pagados en origen (2007-2013)



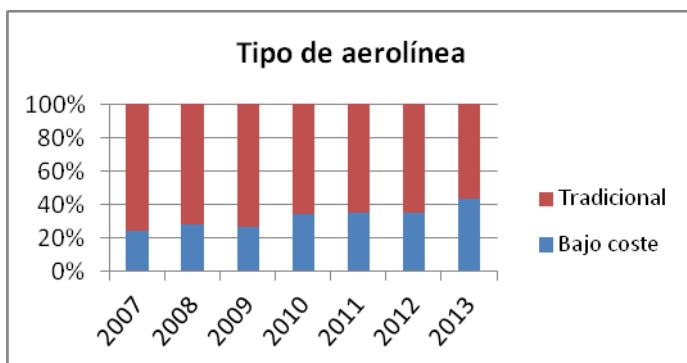
Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.turismodecanarias.com/promoturismocanarias/>

En cuanto a la evolución en los conceptos pagados en origen, destaca la evolución del ‘Vuelo + todo incluido’, que en los años estudiados presenta un gran aumento, debido a que es una forma de controlar el gasto que van a ocasionar las vacaciones para la economía familiar. El ‘Vuelo + alojamiento’ y ‘Vuelo + alojamiento + media pensión’ son los siguientes con mayor aceptación.

Por el contrario, la reserva de ‘Vuelo + alojamiento + desayuno’ no presenta apenas variación a lo largo de los años, al igual que el caso del ‘Vuelo + alojamiento + pensión completa’ y ambas son las que menor porcentaje de frecuencia presentan.

3.3.4. Segmentación según el tipo de aerolínea:

Gráfico 7: Segmentación según el tipo de aerolínea (2007-2013)

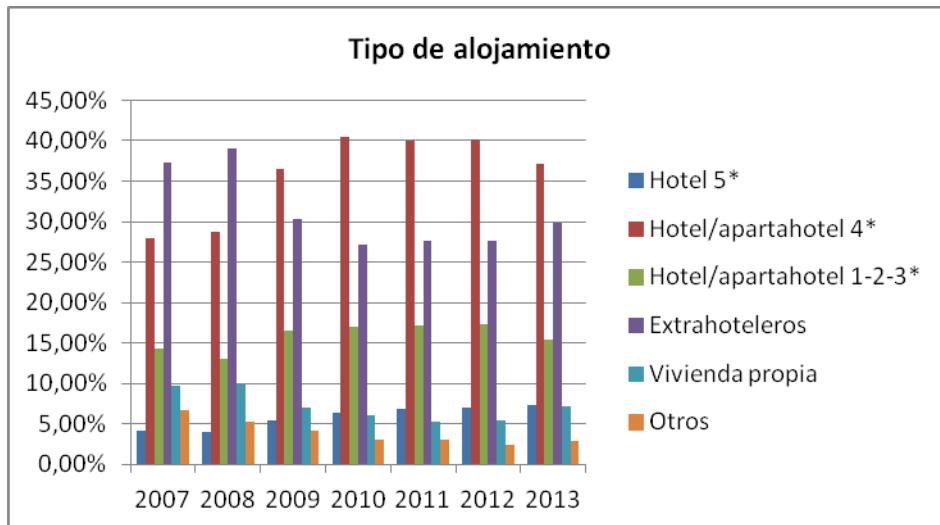


Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

A la hora de diferenciar entre el tipo de aerolínea elegida para volar, se puede observar que aunque desde 2007, predominan los vuelos tradicionales, los vuelos de bajo coste van cobrando importancia con el paso del tiempo, llegando casi incluso a alcanzar en 2013 el 50% de los vuelos. Este factor es debido a que cada vez es más común buscar vuelos más económicos, que permitan al turista ampliar su periodo de vacaciones o disfrutar en mayor medida del destino escogido, reduciendo levemente el precio del desplazamiento hasta el lugar escogido. Además, los vuelos ‘low cost’ han hecho que utilizar el avión como medio de transporte pueda ser una opción asequible a la mayor parte de la ciudadanía, opción que resultaba inalcanzable para muchos ciudadanos hasta hace tan solo unos años.

3.3.5. Segmentación según el tipo de alojamiento:

Gráfico 8: Segmentación según el tipo de alojamiento (2007-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.turismodecanarias.com/promoturismocanarias/>

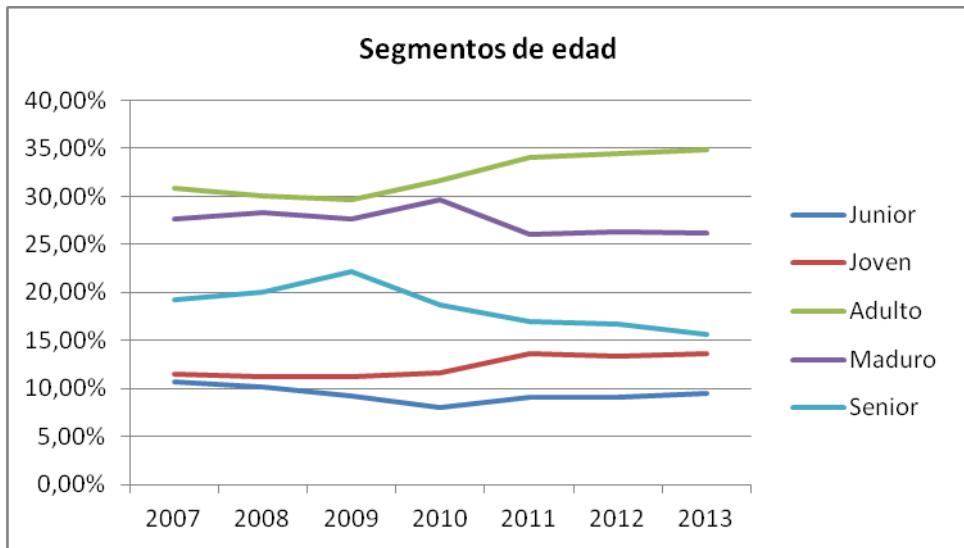
En cuanto a esta clasificación, se observa claramente que en 2007 el mayor porcentaje de visitas se concentra en los establecimientos exrahoteleros, como por ejemplo son los apartamentos, factor que ha perdido importancia a medida que han ido pasando los años. Al contrario que ha ocurrido con los hoteles o apartahoteles de 4 estrellas, que han ganado cuota de mercado a los establecimientos exrahoteleros durante los últimos años. Por lo tanto, podemos afirmar que la calidad hotelera de las islas es alta. Los hoteles y apartahoteles de 4 estrellas son la fórmula hotelera más demandada, más ofertada y de mayor ocupación.

Los hoteles de 5 estrellas, al igual que las viviendas propias, alcanzan porcentajes muy bajos en las Islas, debido al periodo de crisis económica en el que han estado sumergidos todos los países de la Unión Europea en los últimos años.

3.3.6. Segmentación según la edad:

Según esta clasificación, el mayor porcentaje lo representan los turistas ‘Adultos’, es decir los que tienen edades comprendidas entre 31 y 45 años, debido a que sus ingresos son más elevados y esto les dota de mayor autonomía a la hora de viajar. Lo mismo ocurre con los turistas ‘Maduros’, que también representan un porcentaje notable dentro del turismo de la región.

Gráfico 9: Segmentación según la edad (2007-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

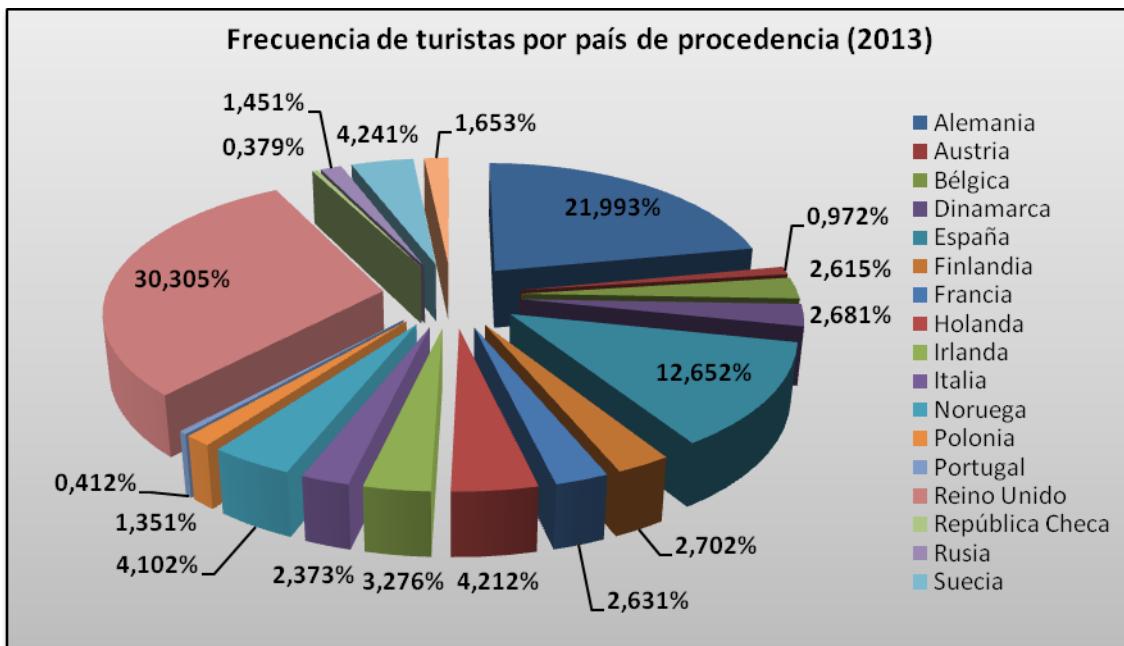
El caso menos representativo, es el de los turistas ‘Junior’, segmento que recoge personas de entre 16 a 24 años, que todavía no disponen de un nivel de renta suficiente como para realizar frecuentemente este tipo de viajes.

Además, en cuanto al tipo de grupos que realizan este tipo de viajes, el mayor porcentaje es el de los viajes en pareja, representando más de un 50%, por lo que el de los turistas ‘Junior’ es el menos propenso a la realización de viajes en pareja, para registrar un 8% de ellos viajes a las islas con amigos.

3.4. ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS ISLAS

Es conveniente analizar en profundidad si existe un comportamiento estratégico en la elección del destino turístico. Para ello, se identificarán los distintos países de origen y las diferentes islas que componen las Islas Canarias, para más adelante centrarnos en las más relevantes. Para ello, tras analizar los datos obtenidos de la página web de Turismo de Canarias, y centrar la atención en el perfil del turista y su frecuencia de visita a las Islas, los resultados son los siguientes:

Gráfico 10: Frecuencia de turistas por país de procedencia, año 2013



Fuente: elaboración propia. Datos <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

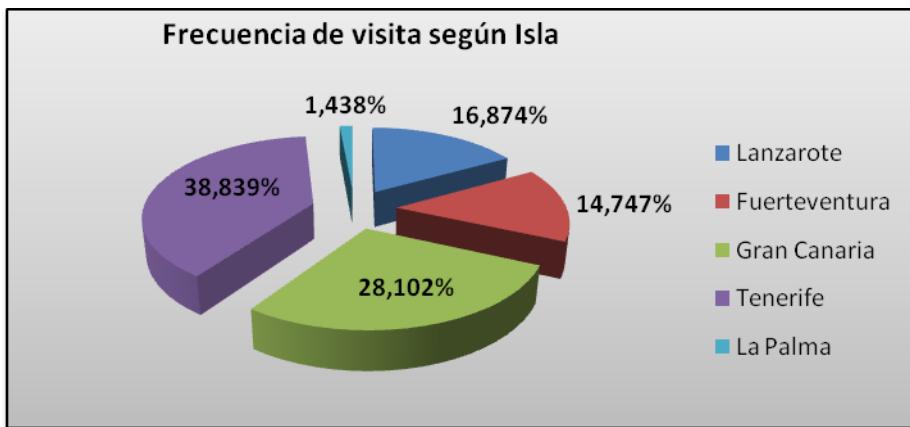
A la vista del Gráfico 10, se puede observar que el visitante de Reino Unido es el que más visita las Islas, seguido de los alemanes y el turismo interno, es decir, el turismo de los españoles hacia las Islas, alcanzando entre los tres países un 65% de la demanda de turismo en Canarias, hecho que ha permanecido inalterable años atrás.

El motivo fundamental por el que estos países deciden visitar las Islas Canarias es la cercanía de estos con las islas, ya que todos ellos forman parte de Unión Europea, y el precio de los vuelos a las mismas, que son más económicos que los viajes a otros continentes.

Si analizamos la frecuencia de turistas extranjeros en 2013, en función de las Islas que visitaron por separado, observamos que en el caso de las islas de El Hierro y la Gomera, se carece de información acerca del número de visitas que se reciben teniendo en cuenta los países de procedencia de sus visitantes, debido a que el número de turistas que llegan a ellas en comparación con el resto de las islas es muy pequeño, por lo que se centrará el estudio de las mismas en las cinco principales.

TFG: Crecimiento económico y sector turismo en Canarias

Gráfico 11: Porcentaje de frecuencia de visitas de extranjeros según la isla en 2013



Fuente: elaboración propia. Datos <http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

Como se puede observar al analizar en el Gráfico 11, las islas que más visitantes reciben a lo largo del año son Tenerife y Gran Canaria, seguidas por Lanzarote, Fuerteventura y La Palma. Si bien es cierto, el 60% de los visitantes que llegan hasta las Islas Canarias se alojan en Tenerife y Gran Canaria, mostrando unas cifras de 4 y 3 millones de visitantes al año respectivamente.

El principal motivo por el que Tenerife y Gran Canaria presentan unos porcentajes más elevados de visitas que el resto de las islas es fundamentalmente debido a que son las islas de mayor tamaño. En el caso de Gran Canaria se debe también a su gran oferta hotelera y de ocio, ya que cuenta con una gran cantidad de spas y zonas de relajación, además de campos de golf en los que pasar las vacaciones.

En el caso de Tenerife, además de su gran tamaño, destaca por la amplia variedad de paisajes y zonas volcánicas que muestra. Entre ellas destaca el Teide, que no sólo es la montaña más elevada de España, sino que además es el tercer volcán más grande del mundo desde su base. También cuenta con sitios de gran interés cultural, como la histórica ciudad de La Laguna, que fue nombrada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

3.5. GASTO DE LOS TURISTAS

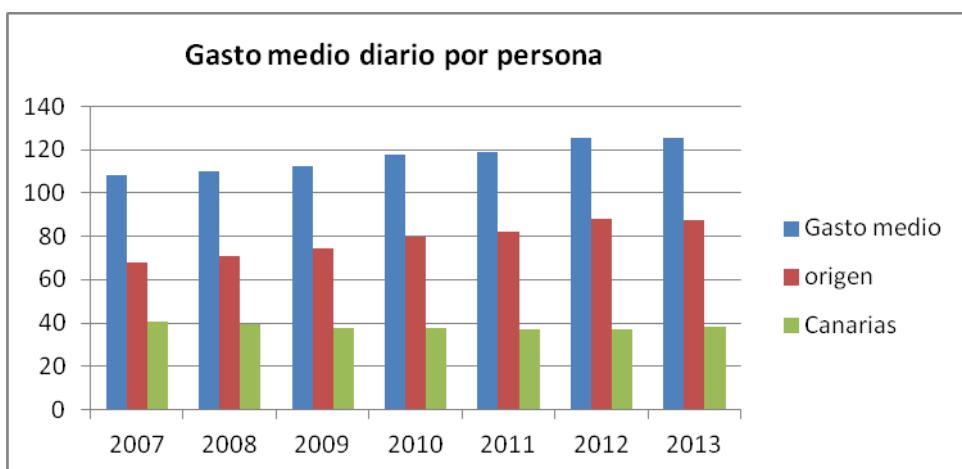
Un factor muy importante en el turismo de los visitantes, es el gasto que estos realizan en el país de destino. El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos, tal y como indica la OMT. Este concepto influye directamente sobre la economía del país, ya que si aumenta a lo largo del tiempo, la economía reflejaría un gran incremento debido a los ingresos que los turistas realizan al visitar las Islas.

En este estudio, se ha creído conveniente analizar el gasto de los turistas desde dos puntos de vista, realizando primero una evolución del gasto medio diario por persona en las Islas Canarias, teniendo en cuenta el gasto que se realiza en el país de origen a la hora de elegir el destino turístico y el gasto realizado en la estancia en las Islas, y por otro lado, se realiza un análisis del reparto de los gastos atendiendo a los diferentes conceptos entre los que se reparte el gasto de los turistas al día.

3.5.1. Gasto medio diario por persona

En el siguiente gráfico, se muestra la evolución presentada entre los años 2007 y 2013 del gasto medio diario por persona, diferenciando el gasto que tienen los turistas en el país de origen y el gasto que realizan en las Islas durante su estancia en las mismas.

Gráfico 12: Evolución del gasto medio diario por persona (2007-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

Como muestra el Gráfico 12, el gasto medio diario en € por persona presenta una tendencia creciente a lo largo de los siete años, presentando unas cifras similares en los

años 2012 y 2013. El aumento reflejado del gasto viene dado por la mejora y la recuperación de la situación económica de los países de la Unión Europea, tras la crisis económica que ha acontecido.

En el caso de los gastos ocasionados en el país de origen, se observa que ha aumentado con el paso de los años al igual que lo ha hecho el gasto medio total. Por el contrario, el gasto en las Islas Canarias ha disminuido de 2007 hasta la actualidad y esta disminución se debe a que en relación con la crisis económica, los gastos en bienes de lujo son inferiores, por lo que el gasto en establecimientos, restaurantes, souvenirs, etc., se ve afectado negativamente, presentando la caída del gasto general de los turistas en el país de destino e incrementando de esta forma el gasto en el país de origen al realizar las reservas de viajes, alojamientos...

3.5.2. Reparto de gastos en destino por turista y día

En este apartado se va a realizar un análisis de la evolución del gasto medio en € por turista y día, diferenciando entre los diferentes conceptos o tipos de gasto que cada visitante realiza en las Islas en su estancia en las mismas.

El análisis se realiza comparando el gasto ocasionado en alojamiento, transporte público, alquiler de vehículos, compras en supermercados, restaurantes, ocio y otros, reflejando la evolución realizada de 2007 a 2013.

Gráfico 13: Evolución gasto medio por turista y día (2007-2013)



Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

A la vista del Gráfico 13, puede afirmarse que el mayor gasto realizado por los turistas queda reflejado en los restaurantes, presentando estos un gasto medio aproximado de 11 €diarios a lo largo de los siete años, lo que equivale a un 29% del gasto de cada turista. Después de los restaurantes, puede observarse que el mayor gasto corresponde a la compra en supermercados y de souvenirs, presentando cada una de estas categorías un gasto medio de 5,6 € equivalente a un 15% del gasto de los turistas.

El menor porcentaje de participación en el gasto diario de los turistas lo presentan el transporte público y el alquiler de vehículos, recogiendo ambos un gasto medio por turista diario de 2 € lo que equivale a un 5% del total.

Además, si se observa la evolución de la participación en cada clasificación del gasto, se puede apreciar que de 2007 a 2013 existe una tendencia creciente en los gastos de alojamiento, la compra en supermercados y en souvenirs, lo que implica que a medida que pasan los años, los turistas son más propensos a asumir gastos en esas clasificaciones. Por el contrario, en el caso del transporte público, el alquiler de vehículos, restaurantes, ocio y otros, presentan una tendencia decreciente con el paso de los años.

A modo de resumen, se puede afirmar que el perfil del cliente que visita las Islas Canarias proviene principalmente de Reino Unido, Alemania y España. La edad media del cliente suele estar entre los 35 y los 41 años, tratándose en su mayoría de trabajadores por cuenta ajena, que realizan el viaje solos o en pareja. El motivo por el que realizan el viaje es para relajarse y descansar, además de visitar lugares confortables. Además, antes de llegar al destino, buscan información apoyándose en familiares y amigos, principalmente. La elección de este destino se debe en su mayor parte a su clima amable, a su tranquilidad y a sus paisajes y playas. En el origen contratan, casi siempre, el todo incluido. La estancia media es de 9,5 días y el gasto alcanza los 120€por turista y día.

4. ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD DE LA DEMANDA ANTE VARIACIONES EN LA RENTA

La evolución y el comportamiento del flujo de turistas extranjeros en España ha sido habitualmente objeto de estudio y análisis por parte, tanto de las instituciones nacionales y regionales, como por economistas.

El objetivo de esta parte del trabajo consiste en estimar la demanda internacional de turismo en las islas Canarias, tratando de determinar su respuesta a los distintos factores que condicionan su evolución. En este estudio, se estiman los modelos de demanda para los dos principales países emisores de turismo en las Islas Canarias que, actualmente, suponen más del 50% del turismo internacional de las Islas. Nos referimos a Gran Bretaña y Alemania.

La determinación de la demanda de turismo internacional es básicamente una cuestión empírica. Con el fin de medir el grado de respuesta de los consumidores a los diferentes factores determinantes, hay que tomar una serie de decisiones previas al análisis. La selección de las variables a incluir, la elección de la forma funcional y la selección del método de estimación son algunas de las decisiones que van a tener un efecto significativo en los resultados.

4.1. MARCO TEÓRICO

Siendo el turismo receptivo una exportación in-situ de servicios, el modelo que se utiliza es parecido a los modelos de regresión usados para la exportación de bienes y servicios. Esta exportación depende de dos variables básicas: 1) un indicador de la actividad económica mundial, y 2) un indicador de precios relativos, corregido por el tipo de cambio. De esta manera, se postula que el nivel de turismo viene determinado por una serie de variables independientes entre las que destacamos la renta y el precio del producto. De este modo:

$$\text{Demanda_turismo} = f(\text{renta}, \text{precios})$$

4.2. SELECCIÓN DE LAS VARIABLES

4.2.1. Variables dependientes

Para la determinación de la variable dependiente encargada de recoger el concepto de demanda turística, se ha optado por utilizar la llegada de pasajeros procedentes del extranjero por vía aérea (Gráfico 16), dato recogido por las autoridades aeroportuarias. Las razones que nos conducen a elegir esta variable son varias, destacando:

- El recuento del número de turistas ha sido la variable más utilizada en la mayoría de los estudios de demanda turística (véase, Crouch, 1994a).
- El número de extranjeros que pasan por el aeropuerto y cuyo motivo principal de su visita no es el turismo es mínimo.
- El turista que visita las Islas Canarias contrata en su mayoría el denominado paquete turístico (Riera, 1998) y muestra un elevado índice de estacionalidad (Aguiló y Sastre, 1984).

4.2.2. Variables independientes

Por otro lado, dentro de las variables independientes del modelo podrían incluirse (en el caso de llevar a cabo análisis mucho más exhaustos y complejos) multitud de factores no sólo de carácter económico, sino de perfil social, demográfico, o psicológico. En este caso, con el objetivo de simplificar y facilitar el posterior análisis, se decanta por dos de los factores económicos por excelencia, utilizados en la mayoría de modelos, y que se abordarán con mayor amplitud a continuación: renta y precios.

Variable renta: Se trata de uno de los factores más destacados en cualquier modelo que pretenda explicar el consumo o el gasto de un grupo de individuos. La renta influye de manera significativa en la demanda turística, ya que es el nivel de ésta el que decanta a los individuos por un destino turístico u otro.

Existen multitud de indicadores y métodos para cuantificar el nivel de renta, ya sea a nivel individual o en términos agregados. En términos de contabilidad nacional, es habitual referirse a la Renta Nacional como la suma del PIB (valor monetario de los bienes producidos por una economía) y las importaciones. A su vez, es posible relacionar dicha magnitud con el número de habitantes de un país; es lo que se conoce

como Renta per cápita o PIB per cápita. Es el último indicador mencionado el que más interesa de cara al modelo y análisis que se pretende plantear.

El hecho de que alemanes y británicos posean una renta media superior no debe llevar a tomar conclusiones precipitadas y afirmar que es el poder adquisitivo lo que propicia la llegada masiva de turistas procedentes de los destinos mencionados. La variable renta guarda una estrecha relación con el otro factor que compone el modelo, la variable precio. Por ello, conviene establecer la pertinente relación entre ambas, para posteriormente realizar las afirmaciones oportunas que indiquen el grado de influencia del precio y la renta en la demanda turística por parte de extranjeros. No obstante, serán los resultados del modelo econométrico los que proporcionen las conclusiones más creíbles y las que se deberán tener en consideración.

Variable precio: Es uno de los factores hacia el que el demandante de servicios turísticos es más sensible. Junto a la renta, es el que establece el poder adquisitivo de cada turista en concreto, y por tanto, su comportamiento y elección del destino turístico.

Conviene matizar dos aspectos con respecto a la variable que tratamos en este apartado. Lo primero, resulta adecuado dentro de la demanda turística distinguir entre los precios de los productos puramente turísticos (paquetes vacacionales, alojamiento, etc.) y los precios de los bienes y servicios que no son estrictamente turísticos (ocio, alimentación, otros servicios, etc.), ya que la variación de ambos no es la misma. Son los primeros los que suelen experimentar cambios más fuertes y significativos. En segundo lugar, destacar la influencia de la estacionalidad y la distinción entre zonas geográficas en los precios de los bienes y servicios turísticos. Son dos de los factores que llevan a que esta variable resulte tan cambiante a lo largo de un periodo en concreto. No obstante, la falta de una serie homogénea que recoja la evolución del precio de los paquetes turísticos nos obliga de nuevo a aproximarnos a través de otras variables. Cuatro son las variables escogidas en este caso:

- 1) Precios relativos entre las Islas Canarias y el país emisor o coste de la vida en el país de destino (CT). Esta variable se construye a partir de la siguiente expresión:

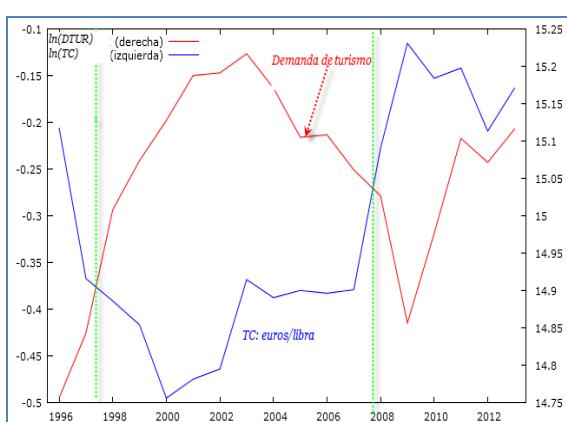
$$PR_{ij} = \frac{IPC_i}{IPC_j * TC_{ij}} \Rightarrow PR_{ICj} = \frac{IPC_{IC}}{IPC_j * TC_{ij}}$$

Se observa, que el coste de vida en el lugar de destino viene determinado por el índice de precios al consumo en el país de origen, IPC_j ($j =$ Reino Unido y Alemania); el IPC en el país de destino¹, IPC_i (Isla Canarias) y el tipo de cambio de la moneda, TC_{ij} (euro/libra).

- 2) Tipo de cambio nominal (TC_{ji}), expresado en euros por unidad monetaria extranjera. Los argumentos para incluir esta variable de manera separada se fundamentan en el hecho de que el consumidor puede acceder de manera sencilla a la evolución de los tipos de cambio (siendo una variable que se observa fácilmente), mientras que no dispone de información relativa a la evolución de los precios en los países de destino. Asimismo, una subida del tipo de cambio indica una depreciación de la moneda con respecto al euro, lo que se traduce en un mayor coste de vida en el país de destino en comparación con el país de origen y en consecuencia una menor demanda de turismo extranjero. Es decir, se espera que el tipo de cambio tenga un signo negativo sobre la demanda de turismo.

Otro componente del coste del turismo es el precio del transporte. Sin embargo, debido a la complejidad de la estructura de precios del transporte, no existen datos consistentes sobre los precios del transporte. Es por ello, que dicho componente no ha sido incluido en el modelo.

Gráfico 14: Comparación de la evolución de la demanda de turismo británico en las Islas Canarias y el tipo de cambio de la libra

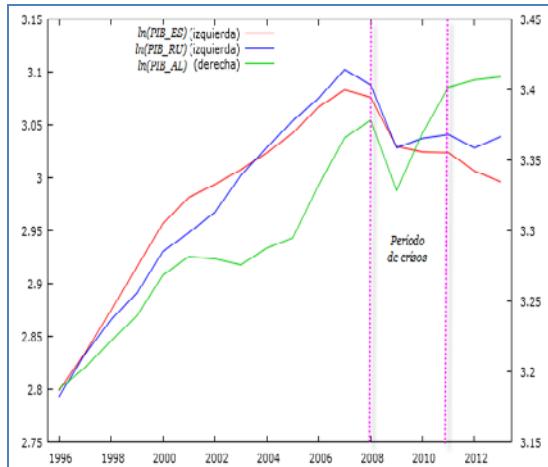


Fuente: elaboración propia. Datos:

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/exchange_rates/data/main_tables#

¹ Se argumenta en ocasiones que debería utilizarse el índice de precios al consumo de los bienes turísticos, si bien tanto Martin y Witt (1987) como Morley (1994) se encargan de demostrar que ambas medidas ofrecen similares resultados.

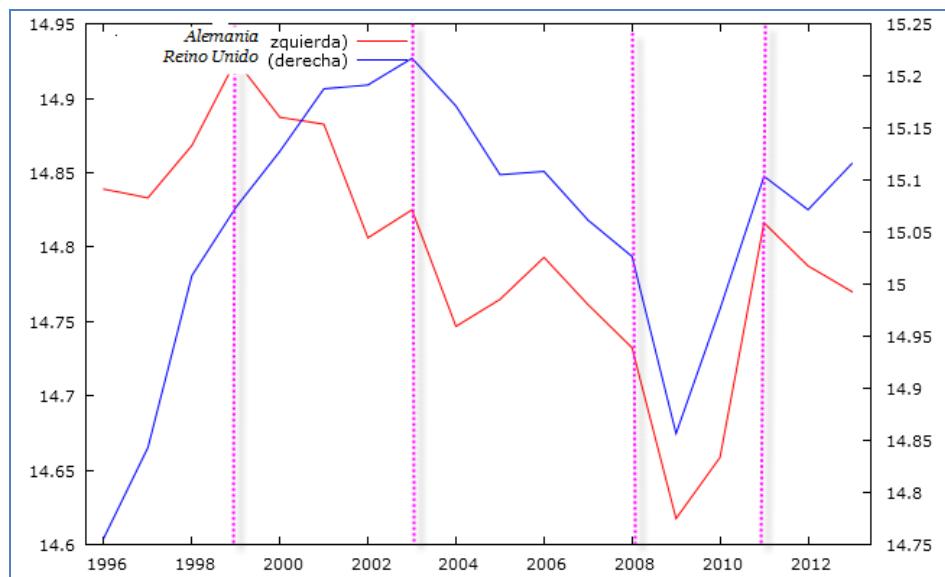
Gráfico 15: Evolución del PIB en los distintos países



Fuente: elaboración propia. Datos:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00114>

Gráfico 16: Llegada de pasajeros procedentes del extranjero por vía aérea según países de 1996 a 2013 (en logaritmo neperiano)



Fuente: elaboración propia. Datos: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

- 3) Los precios sustitutivos: con el aumento continuo de la competencia global en la industria del turismo, los consumidores tienen una gran cantidad de destinos alternativos. Por lo tanto, antes de viajar a un destino en particular, los consumidores pueden comparar los precios y la calidad de los servicios turísticos entre un conjunto de alternativas. Los precios sustitutivos

normalmente se especifican como el coste de vida en un destino en particular con relación a un valor medio ponderado en destino alternativo. En este trabajo se han considerado como destinos alternativos a Italia y Grecia.

- 4) Factores cualitativos. El turismo, generalmente está siendo afectado por las crisis naturales, guerras, cambios en las políticas, los gustos, la publicidad, las expectativas, la inestabilidad política, el terrorismo y otros eventos especiales. Sin embargo, debido a la falta de disponibilidad de datos y problemas de medición, por lo general entran en el modelo como una variable dummy o ficticia a través del mismo.

4.3. ESPECIFICACIÓN DEL MODELO ECONOMÉTRICO

Una vez establecido el pertinente marco teórico, se está en disposición de comenzar a construir el que será el modelo econométrico. Los modelos econométricos tienen por objeto cuantificar relaciones entre variables en base a las leyes económicas que se relacionan con la naturaleza del fenómeno considerado. En el caso que nos ocupa se ha considerado una base de datos de la serie temporal que abarca el periodo 1996-2013. Son datos anuales. En el Anexo 1 se detallan las fuentes de datos utilizados.

En este caso, debido a los problemas de autocorrelación, vamos a considerar una especificación dinámica del turismo receptor, incluyendo la variable dependiente retrasada en el lado derecho de la ecuación. Hay varias razones que justifican la inclusión de consumo previo como variable explicativa. Una es que hay menos incertidumbre asociada con las vacaciones en un destino con el que ya se está familiarizado, en comparación con viajar a un destino desconocido. Otra razón es porque el conocimiento sobre un destino se extiende también cuando la gente habla sobre sus vacaciones, lo que reduce la incertidumbre de los potenciales visitantes a ese destino. Así, en un modelo dinámico de la demanda turística internacional, la variable dependiente retardada se debe interpretar como formación de hábitos o preferencias interdependientes. Finalmente, una ventaja de utilizar un modelo dinámico es que permite obtener las elasticidades tanto a corto plazo como a largo plazo.

Los modelos econométricos finalmente especificados son los siguientes:

Modelo: Alemania

$$\ln(TUR_{ALt}) = \alpha_1 + \beta_1 \ln(PIB_{UKt}) + \beta_2 \ln(PR_{IC,UKt}) + \rho \ln(TUR_{UKt-1}) + \\ + \beta_3 \ln(PR_{IC,PSt}) + \beta_4 D1_t + \beta_5 D2_t + \mu_{1t}$$

Modelo: Reino Unido

$$\ln(TUR_{UKt}) = \alpha_1 + \beta_1 \ln(PIB_{UKt}) + \beta_2 \ln(PR_{IC,UKt}) + \beta_3 \ln(TC_t) + \\ + \rho \ln(TUR_{UKt-1}) + \beta_4 \ln(PR_{IC,PSt}) + \beta_5 D1_t + \beta_6 D2_t + \mu_t$$

Donde:

TUR es la llegada de turistas procedentes del país j (UK, AL) a las Islas Canarias.

$PR_{IC,PSt}$ es el precio relativo entre las Islas Canarias y los destinos de sustitución. En el presente trabajo se ha considerado como destinos de sustitución Italia y Grecia.

D1 es una variable ficticia que toma el valor 1 para el período 2008-2011 y cero en caso contrario, con el objetivo de recoger el efecto de la crisis económica.

D2 es una variable ficticia que toma el valor 1 para el período 2011-2013 y cero en caso contrario. A partir de esta variable se trata de recoger el posible efecto de la inestabilidad política en algunos países del norte de África y oriente medio.

u_t es la perturbación aleatoria del modelo econométrico que debería cumplir los supuestos básicos para que el modelo sea especificado correctamente, es decir, $\varepsilon_t \square i.i.N(0, \sigma^2)$. Debe cumplir el supuesto de no autocorrelación, Hoscedasticidad y normalidad para garantizar la consistencia de los estimadores MCO.

Como se puede apreciar en las ecuaciones anteriores, el modelo de demanda se estima en un modelo doblemente logarítmico, donde tanto el dependiente y variable independiente se expresan en logaritmos. Es habitual aplicar esta transformación a las variables económicas, ya que reduce la heterocedasticidad y hace que las variables sean consistentes con una distribución gaussiana. El uso del logaritmo también permite a los coeficientes estimados ser interpretados como elasticidades.

Se utilizó el programa estadístico denominado Gretl para la estimación de los modelos.

Los resultados de la estimación de ambos modelos se recogen en las Tablas 2 y 3.

Tabla 2: Estimación de la demanda para el mercado alemán

Variables	Coeficiente	Estadístico t-ratio
Constante	10.561	8.078
$\ln(\text{PIB}_{ALt})$	1.271	3.242
$\ln(PR_{IC,ALt})$	-1.437	-1.880
Ln(TC)		
$\ln(PR_{IC,PS_t})$	1.186	1.878
$\ln(TUR_{ALt-1})$	0.216	1.865
D1	-0.085	-3.232
D2	No significativa	
R2	0.859	

Fuente: elaboración propia

Tabla 3: Estimación de la demanda para el mercado británico

Variables	Coeficiente	Estadístico t-ratio
Constante	8.200	3.452
$\ln(\text{PIB}_{UKt})$	0.797	4.197
$\ln(PR_{IC,UKt})$	No significativa	
Ln(TC)	-0.643	-2.119
$\ln(PR_{IC,PS_t})$	No significativa	
$\ln(TUR_{UKt-1})$	0.465	2.387
D1	No significativa	
D2	0.114	2.289
R2	0.76	

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en las tablas anteriores, la mayoría de los coeficientes estimados son significativos al 5%. Ambos modelos han sido sometidos a una batería de contrastes con el objetivo de garantizar su correcta especificación. Los resultados obtenidos de los diferentes contrastes realizados se pueden ver en el Anexo 1.

Los modelos estimados que aparecen en las tablas anteriores no han sido los únicos modelos estimados. Para obtener la especificación final del modelo, ha sido necesaria la estimación de un gran número de modelos. La práctica seguida ha sido la metodología de lo general a lo particular, que consiste en una primera etapa en la que se estima el modelo incluyendo todos los factores explicativos comentados anteriormente.

A continuación, en una segunda etapa se procede a eliminar de forma secuencial la variable menos significativa. El proceso finaliza cuando todas las variables del modelo son individualmente significativas al menos al 10%. El resultado final es lo que se recoge en las tablas 2 y 3. En concreto, en el caso de la demanda británica, con relación a las variables precio relativo y tipo de cambio, es evidente la dificultad para su inclusión conjunta debido a que, al tratarse de una estimación con datos anuales, ambas variables no difieren significativamente y acaban provocando problemas de multicolinealidad, lo que ha hecho que finalmente se elimine la variable PR del modelo.

Por otro lado, debe destacarse la rápida recuperación que experimenta la demanda turística por los británicos en períodos de crisis, ya que la variable D1 no resultó ser individualmente significativa al 5% de nivel de significación. En el caso, del mercado alemán, la crisis económica generó una disminución en la llegada de turistas a las islas canarias en un 8%. Todo lo contrario se observa en el caso de la variable D2, que resultó ser significativa únicamente para el mercado británico. Es decir, las inestabilidades políticas en algunos países árabes sólo se hicieron notar en el caso de los británicos, aumentando sus llegadas a las Islas Canarias en un 11,4%.

Dado que se ha estimado un modelo dinámico, se puede distinguir la elasticidad a largo y corto plazo. Los coeficientes estimados son la elasticidad de demanda a corto plazo. A partir de los resultados de la estimación de ambos modelos, se ha calculado la elasticidad a largo plazo. Ésta se obtiene dividiendo cada elasticidad por $(1 - \hat{\rho})$, siendo $\hat{\rho}$ el estimador MCO del parámetro que acompaña a la endógena retardada.

Tabla 4: Elasticidades de la demanda turística en las Islas Canarias

	Corto plazo		Largo plazo	
	Reino Unido	Alemania	Reino Unido	Alemania
Elasticidad Renta	0.797	1.271	1,489	1,629
Elasticidad Precio	-0.643	-1.437	-1.202	-1.833
Elasticidad precio sustitución (Italia)	Ningún precio sustitución ha sido significativo	1.186		1.513

Fuente: elaboración propia

Tal y como se observa en la Tabla 4, las diferencias en cuanto a la sensibilidad de la renta de los dos países son notables. Al tratarse de bienes normales, la elasticidad de la demanda ante variaciones en la renta es siempre positiva, ya que al aumentar la renta de los turistas, aumenta de la misma forma la demanda del turismo. Por lo tanto, se puede apreciar que ante una variación en la renta de un 1% de los turistas, la demanda de los mismos aumentaría en un 1,271% en el corto plazo y un 1,629% en el largo plazo en el caso de los turistas alemanes; y en caso de los turistas británicos, aumentaría en un 0,797% y un 1,489% en el corto y largo plazo.

En el caso de la sensibilidad ante variaciones en el precio, pueden observarse también grandes diferencias entre los dos países analizados. La elasticidad-precio de la demanda siempre es negativa debido a la relación inversa existente entre precio y cantidad. Cada incremento de los precios en un 1%, provoca una disminución en la demanda de los turistas alemanes de un 1,437% en el corto plazo y de 1,629% en el largo plazo; y, en el caso de los turistas británicos, la disminución es del 0,643% en el corto plazo y 1,202% en el largo plazo, por lo que se puede afirmar que Alemania es más elástica ante variaciones en los precios. Además, la tabla refleja la elasticidad del precio sustitutivo de Alemania, ya que si se dan variaciones en el precio, los alemanes buscan otros destinos nuevos para sus vacaciones; mientras que los ciudadanos británicos continúan manteniendo sus hábitos turísticos.

5. CONCLUSIONES

Con la realización de este estudio se pretende determinar el perfil del turista que visita las Islas Canarias, la asiduidad con la que éste lo hace, sus hábitos y rutinas durante el periodo vacacional, la influencia que la renta y el precio tienen sobre la demanda y, sobre todo, determinar la influencia del turismo dentro de la economía del archipiélago canario.

Una vez conocidos estos datos, se han analizado de forma exhaustiva para poder señalar cuáles deben ser los pasos a seguir por parte del Gobierno canario para lograr mantener las cifras de turismo actuales e incluso lograr que éstas aumenten para obtener un repunte positivo de la economía de las Islas.

En primer lugar, las Islas Canarias son uno de los principales destinos escogidos por los turistas que llegan a España, superándolas únicamente las comunidades autónomas de Cataluña y las Islas Baleares, que ocupan el primer y segundo puesto respectivamente. Si bien es cierto, el archipiélago canario ha registrado una importante evolución del turismo durante los últimos años, aumentando tanto las visitas de turistas extranjeros como el turismo interno.

Posteriormente, se ha analizado el perfil del turista que visita las islas y se ha detectado el descenso de la influencia de los medios de comunicación a la hora de atraer turistas a las Islas y la pérdida de interés de estos por el entorno natural de las Canarias. Por ello, se considera que el Gobierno de las Islas Canarias debería intensificar la promoción de las Canarias mediante una campaña de publicidad en prensa y otros medios de comunicación, en la que se haga hincapié sobre los ventajosos precios del alojamiento en el archipiélago y en los paisajes que lo forman, llegando incluso a fomentar el uso del alquiler de vehículos en las Islas para poder visitarlas y conseguir aumentar el gasto que los turistas realizan en el destino, ya que el alquiler de vehículos representa un porcentaje poco elevado. Además, se resaltarían las ventajas del régimen de alojamiento ‘Todo incluido’, ya que es el que ha registrado un repunte importante en los últimos años. De este modo, se podría conseguir llegar al público ‘Junior’, que es el que menos se desplaza a las Islas.

En cuanto a la prospectiva del sector turístico sería conveniente que esta campaña también llegara a países como Portugal, ya que a pesar de ser uno de los países más cercanos a las Islas, registra la menor cifra de turistas de todos los países analizados.

Y por último, tras analizar la elasticidad de la demanda ante variaciones en la renta y los precios de los consumidores de los países que visitan las Islas, debería hacerse especial hincapié en conseguir fidelizar a los turistas procedentes de Alemania, ya que presentan mayor elasticidad en cuanto a los cambios en el precio, y podrían sustituir el destino de sus vacaciones, haciendo caer de este modo, la cifra de turistas de procedencia alemana que visitan las Islas.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- GOBIERNO DE CANARIAS. Turismo de Canarias. [10 de julio de 2014]. <<http://www.turismodecanarias.com/islas-canarias-espana/>>
- VICTORIA I. JIMÉNEZ GONZÁLEZ (2001): *Análisis del turismo y del comercio minorista en Canarias mediante técnicas multivariantes*. Fundación FYDE-Caja Canarias
- EL DIARIO (2014): ‘El turismo Canario arranca 2014 con cifras de récord’. [12 de julio de 2014]. <http://www.eldiario.es/canariasahora/economia/turismo-Canarias-record-visitantes_0_231326985.html<
- DATOS MACRO. PIB- Producto Interior Bruto. [28 de julio de 2014]. <<http://www.datosmacro.com/pib>>
- OMT- Organización Mundial del Turismo. [30 de julio de 2014]. <<http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>>
- GOBIERNO DE CANARIAS. ISTAC- Instituto Canario de Estadística. [28 de julio de 2014]. <<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>>
- COOPER, ET. AL, (1993): *La demanda turística*. <http://es.scribd.com/doc/7373552/La-Demanda-Turistica>
- GOBIERNO DE ESPAÑA. FRONTUR- Encuesta de movimientos turísticos en fronteras. [11 de julio de 2014]. <<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>>
- ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA (2001): *Modelos de la demanda turística en España: segmentación por países de procedencia*. Caja Rural Intermediterránea-Cajamar.
- INE- Instituto Nacional de Estadística [05 de agosto de 2014]. <<http://www.ine.es/>>
- ANTONIO J. OLIVERA HERRERA Y DAVID PADRÓN MARRERO (2005). *Una caracterización del ciclo económico canario*. V seminario de economía canaria.

- CROUCH 1994^a, AGUILÓ Y SASTRE 1984, RIERA 1998. *Un modelo dinámico para la demanda turística en las Islas Baleares. Una evaluación del efecto precio del Impuesto Turístico.* Universidad de las Islas Baleares, departamento de economía y empresa (1999).
- JEFFREY M. WOOLDRIDGE. *Introducción a la econometría: un enfoque moderno.* 2^a edición, THOMSON.
- WILLIAM H. GREENE. *Análisis econométrico.* 3^a edición, PRENTICE HALL.
- EUROSTAT- Comisión europea [20 de agosto de 2014] <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>>
- M. VICTORIA ESTEBAN, ET. AL (2009): *Econometría aplicada básica con Gretl.* <<http://www.et.bs.ehu.es/~etpesgov/VirtualCompleto.pdf>>
- ANDRÉS ARTAL TUR, ANTONIO GARCÍA SÁNCHEZ Y M^a VICTORIA GARCÍA MANZANARES (2007): *Demanda turística, segmentos turísticos y sostenibilidad del modelo litoral.* <<http://www.reunionesdeestudiosregionales.org/cdromleon2007/htdocs/pdf/p193.pdf>>
- JUAN CARLOS MEADE, ESTHER MACÍAS, CRISTINA SUÁREZ Y ALEJANDRO PUIG (2007): *Crecimiento económico Islas Canarias.* <<https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/16222/CRECIMIENTO%20ECON%C3%93MICO%20ISLAS%20CANARIAS.pdf?sequence=1>>
- DAVID FLORES RUIZ Y MARÍA DE LA O BARROSO GONZÁLEZ: *Comportamiento del turismo internacional en tiempos de crisis económicas.* <<http://www.usc.es/congresos/xiirem/pdf/19.pdf>>
- TERESA GARÍN MUÑOZ (2009): *La demanda de turismo británico en España.* <http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_3010_49-62_E4B6A6A2BB07C517223769BC1D3CF855.pdf>

7. ANEXO I

FUENTES DE DATOS UTILIZADAS

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	FUENTES ESTADÍSTICAS
TUR_{UK} TUR_{AL}	Llegada de turistas procedentes de Reino Unido a las Islas Llegada de turistas procedentes de Alemania a las Islas	Los datos referentes a la llegada de turistas a los diferentes países de la UE se han obtenido de las estadísticas del Istac
PIB_{UK} PIB_{AL}	Producto Interior Bruto real per cápita del Reino Unido Producto Interior Bruto real per cápita de Alemania	Los datos referente al PIB en los diferentes países de la UE se han obtenido de las estadísticas de Eurostat
PR_{ij}	$PR_{IC-j} = \frac{IPC_{IC}}{IPC_j}$ <i>IPC_{IC}</i> es el Índice de precio al Consumo en Canarias <i>IPC_j</i> : Indice de precio al consumo en Alemania y el Reino Unido	El IPC en Canarias se ha obtenido del Instituto Nacional de estadística El IPC en Alemania y el Reino Unido se han obtenido de las estadísticas de Eurostat. HICP Harmonized Indices of consumer Prices
TC	Tipo de cambio de la libra esterlina (GBP) GBP/Euro	Los datos del tipo de cambio de la libra esterlina se han obtenido de la fuente del Eurostat

8. ANEXO II

CONTRASTES PARA VERIFICAR LA CORRECTA ESPECIFICACIÓN DE LOS MODELOS ESTIMADOS

	Modelo Alemania	Modelo Reino Unido
Contraste Breusch-Godfrey de autocorrelación H_0 : no hay autocorrelación LMBG(1) $\square \chi^2_{0,05}(1)$ LMBG(4) $\square \chi^2_{0,05}(4)$	3,33 (3,84) 7,26 (9,48)	2,98 (3,84) 5,02 (9,48)
Contraste de homoscedasticidad H_0 : no hay efecto ARCH ARCH(1) $\square \chi^2_{0,05}(1)$ ARCH(4) $\square \chi^2_{0,05}(4)$	1,76 (3,84) 2,76 (9,48)	0,97 (3,84) 2,07 (9,48)
Contraste de normalidad de los residuos H_0 : el error se distribuye normalmente Jarque Bera $\square \chi^2_{0,05}(2)$	4,07 (5,99)	3,107 (5,99)

(Los valores entre paréntesis son los valores críticos correspondientes a cada uno de los contrastes)