

Instituto de Estudios Turísticos



Encuesta de Movimientos Turísticos en
Fronteras



Encuesta de Gasto Turístico

Informe anual 2011

Movimientos Turísticos en Fronteras
(Frontur)

Encuesta de Gasto Turístico
(Egatur)



MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA
INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS

Catálogo general de publicaciones oficiales
<http://www.060.es>

NIPO: 072-12-054-1

Realizado por: Instituto de Estudios Turísticos (IET)
Impresión: Gabinete de Reprografía

Esta publicación no puede ser reproducida, en ninguna forma y por ningún medio, sin permiso escrito del Instituto de Estudios Turísticos

INDICE

	Página
Resumen.....	5
Introducción	13
1. Datos básicos.....	14
1.1. Llegadas turísticas internacionales	15
1.2. Estacionalidad.....	21
1.3. Características sociodemográficas.....	25
1.4. Motivo del viaje.....	31
1.5. Vías de acceso	35
1.5.1. Pasajeros en líneas aéreas de bajo coste.....	38
1.6. Tipo de alojamiento principal	41
1.7. Forma de organización del viaje	45
1.8. Uso de Internet.....	49
1.9. Composición del Grupo Turístico.....	51
1.11. Fidelidad al destino y valoración del viaje a España	54
2. Principales mercados emisores	58
2.1. Reino Unido.....	59
2.2. Alemania.....	68
2.3. Francia	76
2.4. Países Nórdicos.....	85
2.5. Italia	93
2.6. Resto de mercados emisores.....	101
3. Comunidades autónomas de destino.....	105
3.1. Cataluña	106
3.2. Baleares	114
3.3. Canarias	121
3.4. Andalucía	129
3.5. Comunidad Valenciana	136
3.6. Comunidad de Madrid	143
3.7. Resto de comunidades autónomas de destino.....	151
4. Metodología	158
4.1. FRONTUR	158
4.2. EGATUR.....	162
5. Glosario de términos	165

6. Anexo tablas	167
6.1. Tablas anexas de FRONTUR	167
6.2. Tablas anexas de EGATUR	168

Resumen

- ✓ En 2011 acudieron a España 99,9 millones de visitantes, máximo histórico en la serie de llegadas de Frontur. El 57% fueron turistas y el 43% restante excursionistas. El gasto total de los visitantes fue de 58.851 millones de euros, un 90% lo realizaron los turistas y un 10% los excursionistas.

- ✓ La demanda turística internacional ha experimentado a lo largo de 2011 una evolución positiva de distinta magnitud, según se han ido desarrollando diferentes acontecimientos a lo largo del año. En este periodo, la entrada de turistas internacionales alcanzó el nivel de los 56,7 millones con una subida interanual del 7,6%. Este tirón en las llegadas se ha trasladado al gasto total realizado, que creció interanualmente un 7,9%, crecimiento ligeramente superior al ya indicado para los turistas.

- ✓ Aunque el inicio de 2011 vino marcado por una moderada aceleración en la entrada de turistas internacionales y su gasto correspondiente, a partir del segundo trimestre se produce una subida significativa de la demanda internacional que recoge el impacto conjunto de determinados factores coyunturales y estructurales. Entre los primeros cabe destacar el trasvase de turistas internacionales por la persistente inestabilidad política del norte de África y la repercusión de la Jornada Mundial de la Juventud. Entre los segundos, los derivados de los efectos de la política

de promoción y a la diversificación de mercados emisores.

- ✓ Asimismo, conviene destacar, como rasgo distintivo del año 2011, el intenso crecimiento en la utilización del paquete turístico por parte de los turistas internacionales, con una tasa de variación interanual del 12,2%, que ha sido utilizado más intensivamente por el Reino Unido, Alemania, países nórdicos y los países del resto de Europa, especialmente por Rusia. Este cambio de tendencia respecto al año anterior, se podría atribuir a la estrategia de sustitución por parte de los turoperadores de los destinos del Norte de África por destinos más seguros como los españoles.

- ✓ El gasto realizado por los turistas internacionales, 52.795,7 millones de euros, protagonizó un avance de un 7,9%, impulsado por el incremento registrado en el número de llegadas, puesto que el gasto medio por persona apenas varió (tras dos años de desaceleración en su ritmo de crecimiento).

- ✓ El gasto medio diario presentó una subida del 5%, acompañado de un descenso en la estancia media (-4%).

- ✓ El 37% de los turistas que nos visitaron eligieron los meses de verano (julio a septiembre) para sus viajes, periodo que también concentró la mayor parte del gasto. La evolución de ambos indicadores respecto a 2010 fue positiva.

- ✓ Los viajes de ocio (84%) crecieron cerca del 10% en 2011, lo que les lleva a ganar terreno a los

viajes de negocios y a los viajes por motivos personales, que retrocedieron.

- ✓ El aeropuerto fue la única vía de acceso que se incrementó este año (10%), lo que le permite afianzar su posición en relación a las entradas por carretera. Cerca del 57% de las llegadas por vía aérea se hicieron a través de compañías aéreas de bajo coste, un 10% más que en 2010.
- ✓ Una parte importante del nuevo flujo de turistas recibido en 2011 se concentra en los hoteles, modalidad de alojamiento que a partir de 2007 comienza a recuperar parte del peso cedido al alojamiento no hotelero. Estos últimos también ven incrementada su cifra de llegadas, especialmente la vivienda alquilada.
- ✓ La afluencia de turistas que no contratan ningún tipo de servicio turístico continúa en la línea de subidas habitual, interrumpida en 2008 y 2009. Esta modalidad de viaje ha sido la que más nuevas llegadas ha concentrado este año, lo que se traduce en 2,2 millones de turistas más. Paralelamente, el paquete turístico rompe con sus tradicionales caídas y experimenta un importante avance del 12%, que le lleva a igualar prácticamente la subida en valores absolutos de los viajes menos organizados. Este hecho está estrechamente relacionado con el nuevo perfil de turistas recibido como consecuencia del trasvase generado por la primavera árabe.
- ✓ El uso de Internet volvió en 2011 a la senda del crecimiento que le ha acompañado desde el comienzo de la serie, tras la interrupción de 2010.

El 61% de los turistas que nos visitan recurren a este medio en la organización de sus viajes, siendo la consulta, la reserva y el pago, por este orden, los servicios más demandados.

- ✓ Más de cinco de cada diez turistas realizaron alguna actividad cultural durante su estancia en España, un 10% más que en 2010. Asimismo, el colectivo de turistas que declaró no realizar ningún tipo de actividad representó cerca del 28% del total.

- ✓ Atendiendo al perfil sociodemográfico de los turistas llegados a España, se observa que la mayoría tienen entre 25 y 64 años (74%), poseen estudios superiores (62%) y cuentan con un nivel de renta medio (60%). Además, tienen una gran fidelidad al destino (el 83,5% repite visita) y valoran muy positivamente su estancia en este país (8,5 puntos sobre 10).

- ✓ Los excursionistas, que representaron un 43% del total de visitantes en 2011, han contribuido notablemente a que se marque un máximo histórico en la serie de llegadas de Frontur, aportando un avance del 5%, que viene precedido por subidas generalizadas durante los últimos diez años, interrumpidas en 2009. El gasto total que realizaron fue de 6.055 millones de euros, protagonizando un aumento de un 16,7%.

Mercados emisores

- ✓ Reino Unido, Alemania y Francia aglutinaron el 55% de las entradas de turistas a España, registrando todos ellos subidas respecto a 2010. Los demás

mercados principales también superaron la cifra de llegadas del año anterior. Esta mayor afluencia de turistas impulsó el crecimiento del gasto turístico en estos mercados, acompañada por subidas en el gasto medio por persona en todos menos en Reino Unido e Italia. El gasto medio diario descendió únicamente en Reino Unido.

- ✓ **Reino Unido**, primer mercado emisor, fue el que más creció en valores absolutos, emitiendo 1,2 millones de turistas más que en 2010, lo que termina con tres años consecutivos de descensos. Su gasto medio por persona y diario, 763 euros y 86 euros, mostraron retrocesos.

- ✓ Los británicos se dirigieron a Canarias y Baleares mayoritariamente, aglutinando entre los dos cerca de la mitad de las llegadas. Ambos destinos fueron, a su vez, los que más se incrementaron en valores absolutos respecto a 2010, especialmente el primero de ellos. El gasto total realizado en Canarias fue el que más creció, frente al descenso registrado en Baleares. No obstante, el gasto medio por persona y el gasto medio diario mostraron cifras negativas en ambos destinos. La estancia media de los británicos se redujo un 5%.

- ✓ **Alemania** protagoniza una subida del 2,5%, tras dos años seguidos de caídas. Su gasto total se incrementa un 2,1%, como consecuencia de que su gasto medio por persona permanece estable. El gasto medio diario crece y la estancia media se reduce.

- ✓ Los turistas alemanes fueron fieles a su destino tradicional, el archipiélago balear, que concentró el 41% de las llegadas, si bien, fue Canarias la que creció en mayor medida respecto a 2010. El gasto total evolucionó de manera favorable en ambos destinos, a pesar del retroceso acontecido en el gasto medio por persona.
- ✓ El **mercado francés** fue el origen de cerca de 8,5 millones de turistas, un 5% más que en 2010. Su gasto total creció en mayor medida, lo que llevó al gasto medio por persona a protagonizar una subida del 5%. El gasto medio por día crece un 8%, acabando con dos años seguidos de retrocesos. La estancia media de este mercado cae un 3%.
- ✓ Cataluña fue el destino por excelencia de los turistas franceses (45%), registrando en 2011 un descenso del 2%. A pesar de ello, el gasto total realizado se incrementó, lo que trajo consigo un aumento del gasto medio por persona del 3,5%, acompañado por un avance del gasto medio diario del 11%.
- ✓ Los **países nórdicos e Italia**, con pesos en torno al 7% en el conjunto de las llegadas, registraron sendos crecimientos del 9% y del 8%. Su gasto total también se incrementó, si bien, el gasto medio por persona descendió en el caso italiano.
- ✓ Entre el **resto de mercados** emisores destacó Países Bajos, que aportó 500 mil turistas al crecimiento general del año, lo que ocasionó un mayor gasto turístico. Al mismo tiempo, sobresale por su notable crecimiento el mercado ruso (42%),

aunque solo representa un 2% en el total de las llegadas. Entre los mercados no europeos despuntaron América Latina, el norte de África y los mercados asiáticos.

Destinos turísticos

- ✓ **Cataluña**, fue el destino que lideró el mayor número de llegadas internacionales, 13,8 millones de turistas, y el que mayor volumen de gasto total generó, un 21,4% del total. A su vez, registró crecimientos en ambos indicadores un 4,7% para el número de llegadas y un 7,4% para el gasto total. Su gasto medio por persona, el más bajo de las comunidades principales, creció respecto a 2010. El gasto diario por turista también creció y la estancia media retrocedió.

- ✓ **Canarias** se posicionó en segundo lugar por número de llegadas con 10,2 millones de turistas, y lideró el mayor crecimiento entre la comunidades tanto en llegadas que aumentaron un 18,3% como en gasto total generado que avanzó un 13,1% y representó el 19,2% del volumen total de gasto. Sin embargo el gasto medio por persona y la estancia media retrocedieron, pero el gasto medio diario se incrementó.

- ✓ **Baleares** a poca distancia de Canarias ocupó el tercer lugar en el número de llegadas con 10,1 millones de turistas y creció un 9,8%. El gasto total representó el 17,9% del volumen total y avanzó un 7,9%. Su gasto medio diario por persona y por viaje disminuyeron al igual que la estancia media. Esta comunidad tiene una marcada

estacionalidad en el tercer trimestre que se acentuó en 2011.

- ✓ **Andalucía**, con 7,9 millones de llegadas, creció un 6% respecto a 2010. El volumen de gasto generado representó un 15,3%, y aumentó un 3,1%. Sin embargo el gasto medio por persona y la estancia media retrocedieron, pero el gasto medio diario se incrementó.
- ✓ La **Comunidad Valenciana** fue el destino elegido por 5,4 millones de turistas, un 7,2% más que en 2010. El gasto de estos turistas representó sobre el volumen total de gasto generado un 8,6%, y se incrementó también un 8,6%. La estancia media se redujo, pero crecieron tanto el gasto medio por persona como el gasto medio diario.
- ✓ La **Comunidad de Madrid** recibió 4,6 millones de turistas, que retrocedieron un 0,6% respecto al año anterior. Por el contrario el gasto total aumentó un 6,3% y representó un 10,2% del total del gasto en España. Los indicadores de gasto medio, por persona y diario, y la estancia tuvieron una evolución positiva con subidas. Además esta comunidad fue la que mayor gasto medio por turista, 1.177 euros, y diario, 158 euros, generó.
- ✓ El **resto de comunidades** conjuntamente recibieron 4,8 millones de turistas, un 3,3% más que en 2010. El gasto turístico realizado por los mismos representó un 7,4% sobre el total y creció un 8,6%. La estancia media descendió, pero el gasto medio por turista y el gasto diario por persona se incrementaron.

Introducción

En este informe se resumen los principales resultados obtenidos del turismo internacional recibido en España en el año 2011, así como el gasto turístico realizado por este, a partir de la información proporcionada tanto por la *Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras* (Frontur) como por la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En el primer epígrafe se analiza el flujo de turistas internacionales recibidos y su gasto turístico, así como el perfil sociodemográfico y el comportamiento viajero, tanto desde la perspectiva de turistas como de la del gasto turístico realizado.

Los epígrafes 2 y 3 recogen de forma pormenorizada las llegadas de turistas internacionales y el gasto turístico asociado a los mismos, según mercado de origen y comunidad autónoma de destino. En el epígrafe 2 se analizan los mercados emisores que más volumen de turistas acaparan, que son, por orden de importancia: Reino Unido, Alemania, Francia, el conjunto de los países nórdicos e Italia. Y en el tercero se estudian en detalle las siguientes comunidades autónomas de destino principal: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.

En el epígrafe 4 se incluye una breve nota metodológica sobre las dos operaciones estadísticas analizadas. Por último, el informe contiene un anexo de tablas con información detallada de los resultados comentados en el texto.

1. Datos básicos

España fue el destino elegido por 56,7 millones de turistas internacionales en 2011¹, un 7,6% más que en 2010, tras el crecimiento del 1% registrado el año anterior. El gasto total subió un 7,9%, por lo que el gasto medio por persona se ha incrementado.

La época estival concentra el porcentaje más elevado de llegadas, cifra que ha crecido un 8,5% respecto a 2010.

El perfil sociodemográfico de los turistas recibidos, la edad, nivel de estudios, situación profesional, nivel de renta, etc., fue similar al de años anteriores.

El motivo ocio fue el más frecuente, con un avance del 9,8% respecto a 2010. Le siguieron el trabajo y los motivos personales, ambos con menos turistas que el año anterior. El gasto total evolucionó en el mismo sentido.

El aeropuerto fue la única vía de acceso que creció en 2011 en llegadas, un 10,1%. Sin embargo, la carretera registró importantes avances tanto en el gasto medio por persona como en el diario.

Los hoteles concentraron el grueso de la subida registrada por los turistas internacionales en 2011. Entre el alojamiento no hotelero destaca la favorable evolución de la vivienda alquilada. El gasto medio diario de los turistas que no se alojan en hoteles creció

¹ Datos provisionales. Según la política de revisiones del IET, los datos definitivos del año 2011 estarán disponibles a finales de 2012 (un año después de la fecha de referencia).

un 7,7%, frente a la estabilidad mostrada por el de aquellos que van a hoteles.

El paquete turístico rompe la tendencia de años anteriores y muestra un importante avance del 12,2%. Sin embargo, en términos de gasto la evolución resultó más favorable entre los turistas que no contrataron paquete turístico, tanto en el gasto medio por persona como en el diario.

El uso de Internet vuelve a la senda del crecimiento de los años de atrás, protagonizando un relevante avance del 16,2%.

Por último, los turistas viajaron mayoritariamente en pareja, realizaron actividades culturales y valoraron su estancia en España de manera positiva.

1.1. Llegadas turísticas internacionales

Los turistas internacionales crecieron un 7,6% en 2011.

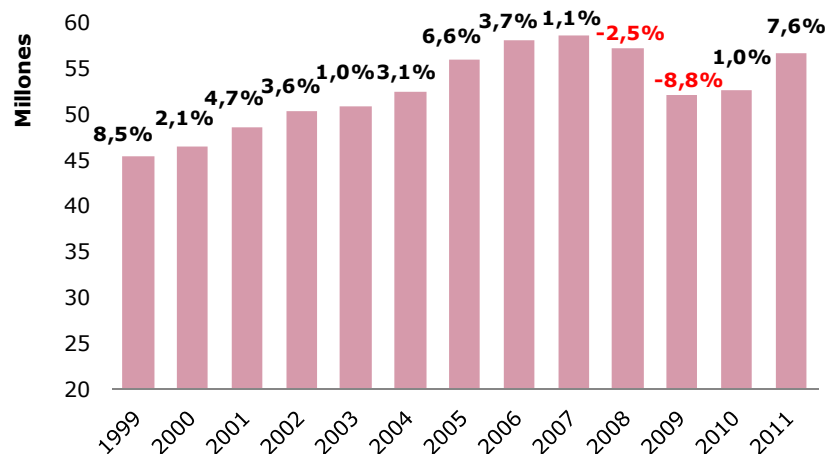
En 2011 visitaron España 56,7 millones de turistas internacionales, un 7,6% más que en 2010, lo que ha supuesto afianzar la recuperación turística iniciada en 2010, tras dos años consecutivos de descensos, y protagonizar la mayor subida de las acontecidas hasta el momento en la serie de Frontur. La demanda turística internacional se ha visto influida en 2011 por diferentes acontecimientos desarrollados a lo largo de todo el año, que se pueden agrupar en factores coyunturales y estructurales. Entre los primeros se encuentra el trasvase de turistas que la inestabilidad política del norte de África ha traído hacia España, así como la repercusión de la Jornada Mundial de la Juventud celebrada en agosto. Otro factor a tener en

cuenta ha sido la vuelta a la normalidad del espacio aéreo internacional, tras las cancelaciones de vuelos que la nube del volcán islandés ocasionó en 2010. Entre los factores estructurales cabe mencionar, los derivados de los efectos de la política de promoción y la diversificación de los mercados emisores.

A partir de 2005, uno de los años más fructíferos desde el punto de vista del turismo receptor, se suceden subidas cada vez menos intensas en la serie de llegadas de Frontur, hasta llegar al descenso llevado a cabo en 2008 (-2,5%). A este resultado le siguió la caída de 2009, que resultó la más elevada de las registradas por esta operación estadística (8,8%). A partir de este momento se suceden las subidas de 2010 y 2011.

Llegadas de turistas internacionales a España

Millones de turistas y variación interanual
Años 1999-2011



El gasto total realizado se incrementó un 7,9%.

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto turístico realizado por estos turistas ascendió a 52.795,7 millones de euros, un 7,9% más que en 2010. Esta subida ha sido ligeramente superior a la llevada a cabo por el volumen de llegadas, lo que

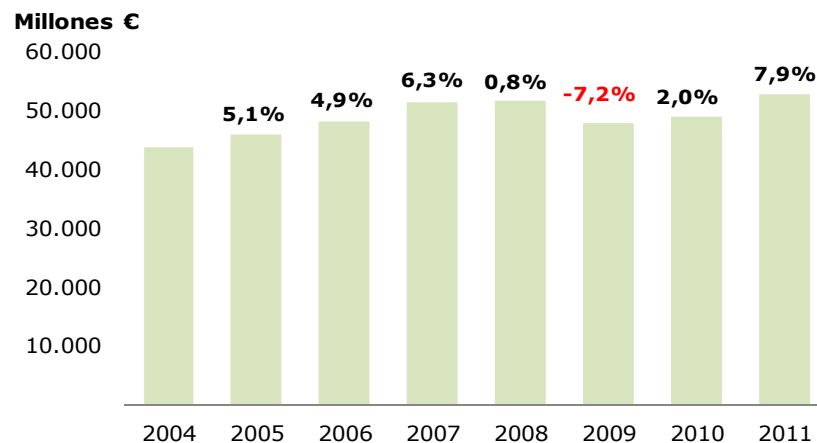
implica que el gasto medio por persona ha permanecido constante, hasta alcanzar los 934 euros. El gasto medio diario ha crecido respecto a 2010, acompañado por el descenso de la estancia media de los turistas, que se cifra en 9,2 días de media.

En 2011 se dio un nuevo máximo histórico en la serie de gasto turístico internacional, superándose la cifra alcanzada en 2008, la más alta hasta el momento. Además, el crecimiento interanual resultó el más elevado de los registrados a lo largo de estos años. Los gastos medios (por persona y diario) lograron también máximos históricos en 2011, de tal forma que cada turista gastó este año casi 70 euros más que en 2004, primer año del que se dispone de información, y 15 euros por día más, en el mismo transcurso de años.

Gasto total de los turistas internacionales llegados a España

Millones de euros y variación interanual

Años 2004-2011



El transporte fue la partida de gasto más importante.

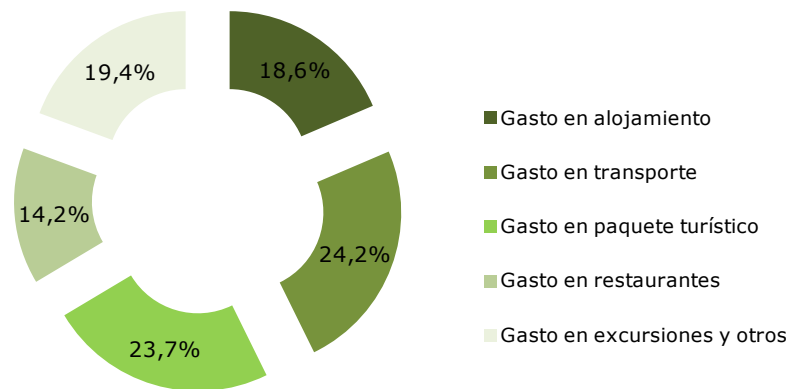
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Las partidas de gasto que más peso tuvieron en el presupuesto del viaje de los turistas recibidos fueron las asociadas al transporte (24,2%) y al paquete turístico (23,7%). A continuación, los gastos en

excursiones y otros alcanzaron un peso cercano al 20%, por encima del correspondiente al alojamiento (18,6%). La mayor parte del gasto en transporte se realizó en origen mientras el gasto en alojamiento se llevó a cabo en mayor medida en destino.

Distribución del gasto total de los turistas según componentes

Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

A nivel mundial, según los datos recogidos por la OMT, Francia y Estados Unidos mantienen su habitual liderazgo en la llegada de turistas internacionales. España, por su parte, se posiciona de nuevo en cuarto lugar, dado el volumen de llegadas alcanzado por China (56,7 millones).

Los excursionistas marcaron un nuevo máximo histórico.

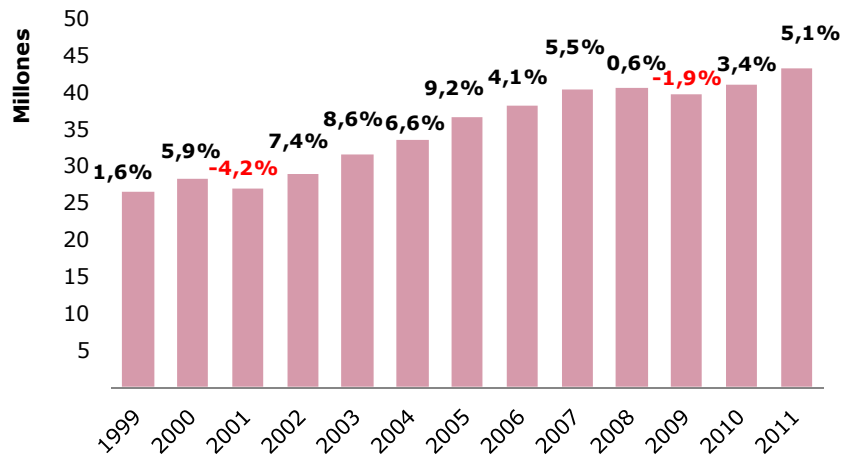
España recibió este año 43,2 millones de excursionistas, visitantes que no pernoctaron en su destino, lo que volvió a marcar un nuevo máximo histórico en la serie, tras incrementarse un 5,1% respecto a 2010. Si se analiza la serie completa de llegadas de excursionistas destacan, por su importante subida interanual en términos absolutos, los años 1998 y 2005, donde se recibieron en torno a 3 millones de

excursionistas más en relación al año anterior, frente a los 2,1 millones de 2011.

Llegadas de excursionistas internacionales a España

Millones de excursionistas y variación interanual

Años 1999-2011

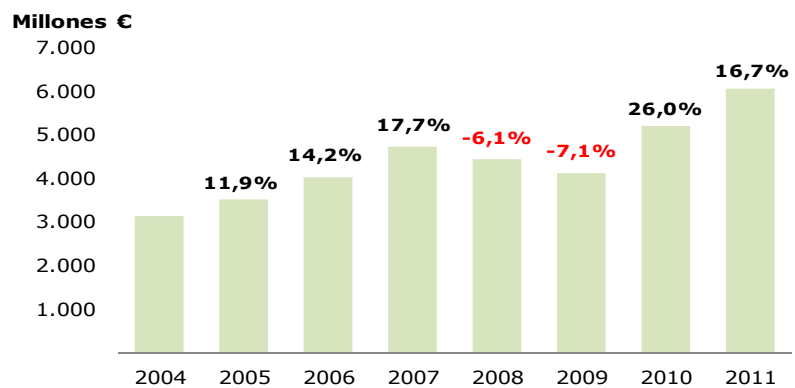


Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Gasto total de los turistas internacionales llegados a España

Millones de euros y variación interanual

Años 2004-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto total realizado por los excursionistas ascendió a 6.055,5 millones de euros, lo que representó el 10,3% del gasto realizado por los visitantes extranjeros en 2011. Su evolución respecto a 2010 ha

sido positiva, registrando un crecimiento del 17%. El gasto medio por persona de este colectivo, 140,3 euros, también se incrementó respecto a 2010 (11%).

Los motivos tradicionales del viaje de los excursionistas han sido los motivos personales (familiares, salud o compras), que en 2011 representaron el 27% del total, sin embargo, retroceden de manera importante respecto al año anterior. El ocio y las vacaciones se han comportado de manera opuesta a estos motivos, acumulando importantes subidas tanto en 2010 como en 2011, que le han llevado a alcanzar un peso similar al de los motivos personales.

El aeropuerto destaca entre las llegadas de excursionistas.

La carretera concentró la mayor parte de las llegadas de este colectivo (86%), si bien fue el aeropuerto el que destacó por su favorable evolución, un 48,4% más de excursionistas eligieron esta vía de acceso en sus viajes a España. Los puntos fronterizos de Francia prevalecieron sobre los portugueses, con un 66% de las entradas.

Francia y Portugal fueron los principales mercados emisores de excursionistas, por su condición de países limítrofes con España. La evolución de ambos fue positiva, contribuyendo en gran medida al crecimiento registrado por las llegadas de este tipo de viajeros a España en 2011.

Cataluña, el País Vasco y Galicia, tres de las comunidades más próximas a Francia y Portugal, fueron las más visitadas por este tipo de viajeros. Respecto a 2010 todas protagonizaron subidas, especialmente el País Vasco, y fueron, junto con la

Comunidad de Madrid, las que más crecieron en valores absolutos.

La época del año preferida por estos viajeros para venir a España fue el verano (julio, agosto y septiembre), que concentró el 35% de las llegadas. Su evolución respecto a 2010 fue positiva, si bien el segundo trimestre fue el que más creció en valores absolutos.

1.2. Estacionalidad

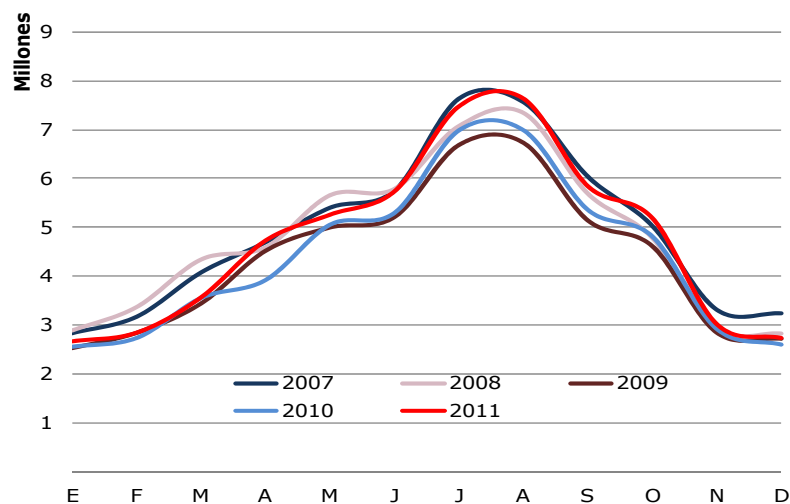
El 40% de las visitas del año se dieron en verano.

Las llegadas de turistas internacionales tienen un marcado carácter estacional, recibándose en verano cerca del 40% de las visitas del año. Concretamente, el 37% de los turistas que vinieron a España en 2011 lo hicieron entre los meses de julio y septiembre. Esta cifra se incrementó un 8,5% respecto a 2010, la mayor subida en valores absolutos del año.

Llegadas de turistas internacionales a España según meses

Millones de turistas

Años 2007-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto turístico también se concentró en el periodo estival en mayor medida que en los demás meses; entre julio y septiembre se desembolsó más del 37% del gasto turístico total del año. El gasto medio por persona ascendió a 942 euros y el gasto medio diario a 99,8 euros, frente a los 933,6 euros y 101,9 euros de media anual, respectivamente.

El primer trimestre del año creció un 2,9%.

En el primer trimestre del año se recibieron 9,1 millones de turistas, el 16% del total, cifra que resultó un 2,9% superior a la registrada el año anterior. El gasto efectuado en este periodo representó también cerca del 16% del total, lo que indica que el gasto medio por persona se situó cerca de la media del año. Esta variable también evolucionó de manera positiva, protagonizando una subida del 2,4%.

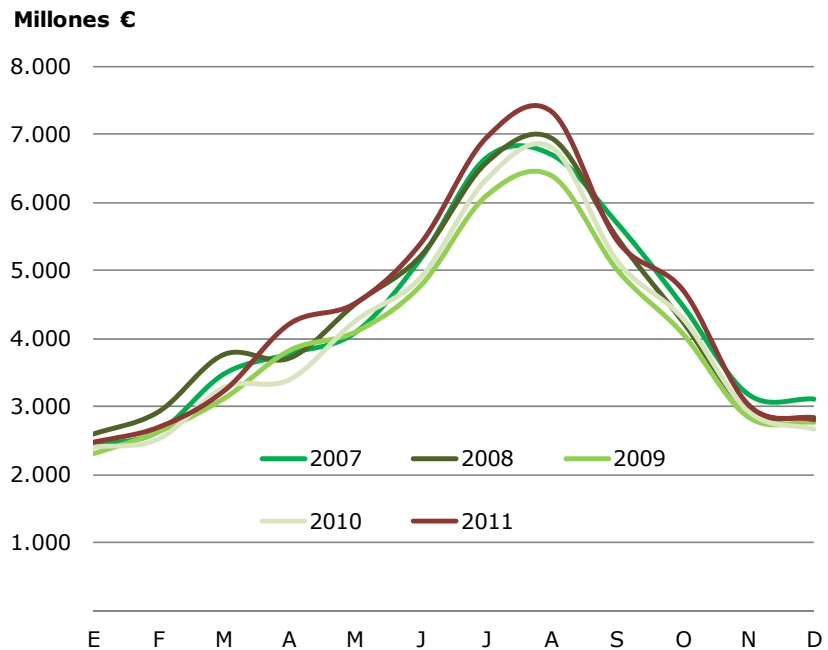
El segundo trimestre concentró cerca del 30% de las llegadas del año, lo que le convirtió en el segundo trimestre más elegido por los turistas internacionales en sus viajes. Respecto a 2010, este trimestre registró una subida del 10,4%, la más intensa en tasa interanual. El gasto total registrado en este periodo correspondió al 26,8% del satisfecho en todo el año, protagonizando un incremento del 12,6%. El gasto medio por persona fue el más bajo del año, con 900,8 euros, frente a los 933,6 euros de la media anual.

En el último trimestre del año se recibieron casi 11 millones de turistas, el 19,3% del total, que realizaron un gasto total de 10.553,9 millones de euros, lo que supuso cerca del 20% del gasto turístico recibido en España durante el año. Los otros dos indicadores de gasto, el gasto medio por persona y el gasto medio diario, alcanzaron este trimestre los valores más altos

del año, con 967,3 euros y 109,7 euros, respectivamente. Este último se incrementó de manera importante respecto al mismo trimestre de 2010.

Gasto total de los turistas internacionales llegados a España según meses

Millones de euros
Años 2007-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El motivo ocio se caracterizó por una estacionalidad más marcada.

Los viajes realizados en verano mostraron ciertas particularidades, en relación a los llevados a cabo en las demás épocas del año. Estos meses concentraron más viajes por ocio y vacaciones que el resto (39%) y menos viajes de negocios (19,6%), lo que puso de manifiesto la mayor estacionalidad del primero de los motivos.

La temporada de verano atrajo a las familias y grupos de amigos en mayor medida.

Al mismo tiempo, los turistas que viajaron en familia mostraron una mayor propensión a viajar durante la época estival que el resto, cerca del 52% de los mismos se desplazaron en estas fechas. Asimismo, los

turistas que viajaron con amigos también manifestaron una mayor predilección por esta temporada que la media nacional (41,5% frente a 37%), como sucedió en el caso de las familias sin hijos.

Los campings y casas rurales se asocian a la temporada de verano en mayor medida que el resto, concentrando esta fecha más de la mitad de los viajes del año. Por el contrario, los hoteles muestran una menor estacionalidad que el resto de alojamientos, con el 34,6% de las llegadas en la época estival, frente al 37% del total.

Los mercados que se caracterizan por una mayor afluencia de turistas en verano son Reino Unido, Francia y Alemania. Todos ellos superaron la cifra de llegadas alcanzada en 2010, sobre todo Reino Unido, que fue el mercado que más se incrementó en valores absolutos en el conjunto de meses analizado. Entre los demás mercados destacaron por sus desplazamientos en esta época del año Países Bajos y Bélgica. En el lado opuesto se situaron los países nórdicos, conjunto de mercados que han viajado tradicionalmente de forma más regular a lo largo de todo el año.

Baleares fue el destino veraniego por excelencia de los turistas internacionales, posicionándose como comunidad más visitada de la temporada frente al tercer puesto ocupado en el conjunto de las llegadas del año. Además, estos meses concentraron más de la mitad de los turistas recibidos en el archipiélago en el año. En Cataluña y la Comunidad Valenciana se recibieron cerca del 38% de los turistas internacionales entre los meses de julio y septiembre. En lado opuesto se situó Canarias, donde tan solo un 23,6% de las

llegadas se dieron en estos meses o la Comunidad de Madrid, con un 29,2%.

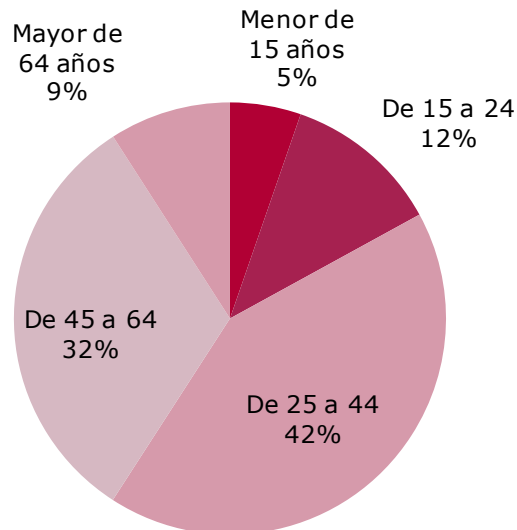
1.3. Características sociodemográficas

La mayor parte de los turistas recibidos tienen entre 25 y 44 años.

El grupo de **edad** más numeroso entre los turistas internacionales fue el de 25 a 44 años, que concentró al 42% de los mismos. Diez puntos por debajo se situó el grupo de 45 a 64 años, aglutinando entre los dos al 74% de los turistas recibidos. Los turistas que se encuentran en estos tramos de edad fueron, además, los que más crecieron en valores absolutos respecto a 2010.

Turistas internacionales a España según edad

Porcentaje sobre total
Año 2011



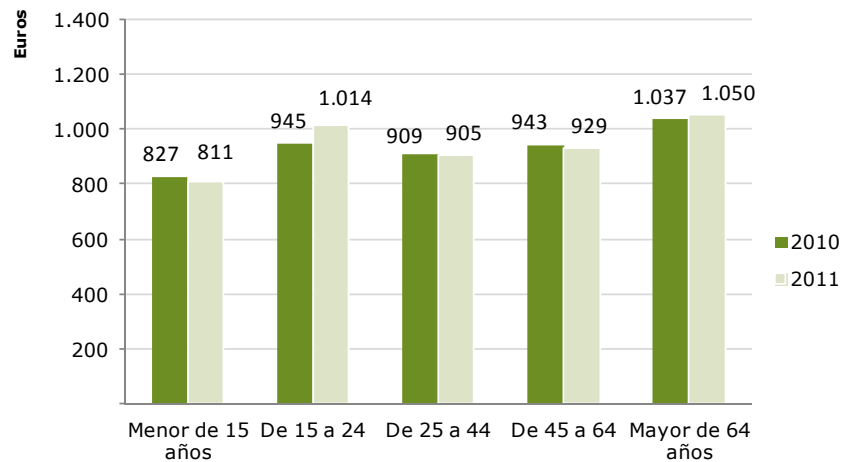
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio por persona de las franjas de edad más numerosas fue inferior al de la media de los turistas

internacionales que visitaron España (933,6 euros). Por el contrario, los turistas entre 15 y 24 años y los mayores de 64, desembolsaron más de mil euros por turista en sus viajes. En el caso de los turistas más jóvenes, se observan importantes gastos en los viajes de estudios, con estancias medias muy elevadas. En lo que respecta a los mayores, son los motivos ocio y negocios los que registran un mayor nivel de gasto por persona.

Gasto medio por turista según edad

Euros
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

La proporción de **hombres y mujeres** que nos visitaron fue bastante similar, con cierto predominio por parte de los hombres, que representaron el 52% de las llegadas. Ambos grupos de turistas mostraron crecimientos respecto a 2010, especialmente las mujeres, que crecieron un 9,5%.

El gasto medio por persona de las mujeres fue 12 euros superior al de los hombres, si bien, el gasto medio diario de los hombres (106,3 euros) superó al

de las mujeres (97,6 euros), siendo la estancia media de estas últimas superior a la de los primeros.

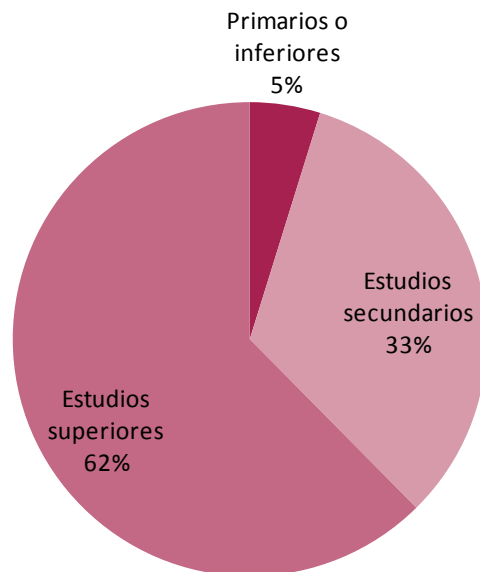
El 62% de los turistas que nos visitan tienen estudios superiores.

El **nivel de formación** de los turistas internacionales fue elevado, el 62% contaban con estudios superiores, porcentaje que se incrementó un 17,6% respecto a 2010.

Los turistas con estudios superiores hicieron frente a un mayor gasto que el resto, llegando hasta casi mil euros por persona y 111 euros diarios. Los que contaban con estudios primarios fueron los que menos gastaron.

Turistas internacionales a España según nivel de estudios

Porcentaje sobre total
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

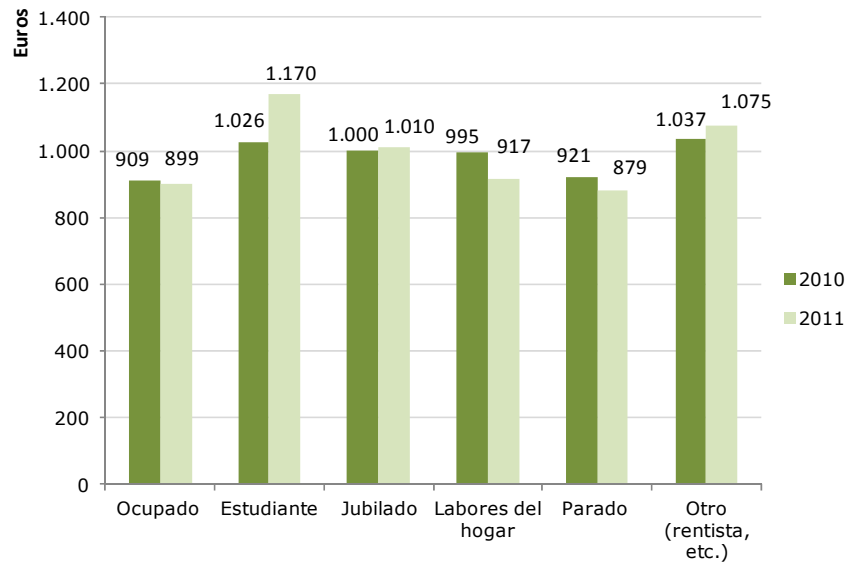
Los turistas llegados a España son personal ocupado en gran medida.

La mayoría de los turistas que nos visitan se engloban en la **categoría laboral** de "personal ocupado", el 76% de los turistas. La segunda categoría más numerosa es la de los jubilados, el 12%. Sin embargo,

en términos de gasto medio por turista, este último colectivo y los estudiantes fueron los que alcanzaron valores más elevados, por encima de mil euros en ambos casos.

Gasto medio por turista según ocupación laboral

Euros
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Respecto a la **categoría profesional** de los turistas recibidos, el 53% se declara asalariado con un cargo medio, cerca del 17% son autónomos y el 14% asalariados con cargos de alta dirección. Todas estas modalidades se incrementan, especialmente los autónomos. El gasto medio por persona de estas categorías siguió un orden inverso, con los directivos, con más de mil euros de gasto, a la cabeza.

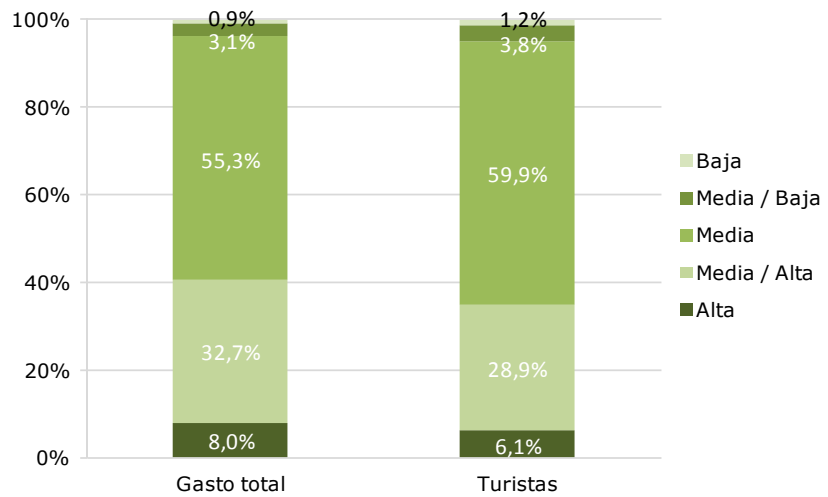
El 60% de los turistas tienen renta media.

El 60% de los turistas que acudieron a España poseen un **nivel** medio de **renta**, el 29% un nivel medio-alto y el 6% un nivel alto. El segundo colectivo fue el que más se incrementó respecto a 2010.

El gasto efectuado por los turistas fue correlativo con su nivel de renta, así, tanto el gasto medio por persona como el diario fue creciente entre los turistas con renta baja y los turistas con renta alta, existiendo una diferencia entre ambos de 526 euros y 41 euros, respectivamente.

Gasto total y turistas internacionales a España según nivel de renta

Porcentaje sobre total
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El perfil sociodemográfico de los turistas que nos visitaron presentó diferencias, atendiendo al **país de residencia** de los mismos. En Italia destacó el colectivo entre 25 y 44 años, mientras en Francia y Reino Unido fueron los turistas entre 45 y 64 años y los mayores de 64 los que tuvieron mayor peso que la media.

Los turistas procedentes de los países nórdicos e Italia poseen un nivel de estudios más alto que la media,

mientras los turistas procedentes de Francia contaron con estudios primarios en mayor medida que el resto.

Los jubilados tienen más peso en Francia y Reino Unido.

En cuanto a la situación profesional sobresalieron los jubilados en Francia y Reino Unido y los estudiantes en Italia. Al mismo tiempo, el nivel de renta fue superior a la media en Países Bajos y países nórdicos, donde más del 40% de los turistas declaran poseer una renta media-alta o alta, mientras Francia tiene mayor protagonismo entre los turistas con renta baja.

Por **comunidades autónomas de destino**, en Cataluña y la Comunidad de Madrid los turistas entre 25 y 44 años tuvieron más entidad que a nivel nacional. En Andalucía destacaron tanto los turistas entre 45 y 64 como los mayores de 64. Este último grupo también tuvo más presencia que la media en Canarias.

En relación a la formación de los turistas recibidos, en Cataluña y la Comunidad de Madrid sobresalieron los turistas con estudios superiores. En Baleares y Canarias los turistas con estudios secundarios tuvieron más entidad que en la media nacional. Por último, los turistas con estudios primarios alcanzaron valores por encima de la media únicamente en Cataluña y Andalucía.

El colectivo de turistas jubilados tuvo especial relevancia entre las llegadas a Andalucía y la Comunidad Valenciana, mientras los estudiantes tuvieron más presencia en Cataluña y la Comunidad de Madrid. El grupo más numeroso, los turistas con categoría laboral de ocupado, tuvieron más entidad que la media en Baleares y la Comunidad de Madrid. Al

mismo tiempo, Canarias, Cataluña y la Comunidad Valenciana recibieron más turistas con renta alta que la media nacional, aunque no difirieron demasiado de la misma (6,1%). Los turistas con renta media-alta destacaron en Andalucía y los turistas con renta media en la Comunidad de Madrid. Cataluña fue, a su vez, la comunidad donde más turistas con renta baja se recibieron (el 1,6% del total).

1.4. Motivo del viaje

***Los turistas
vacacionales
crecieron un 9,8%.***

España es un destino típicamente vacacional, donde el grueso de sus llegadas tienen como motivación principal el ocio y las vacaciones. En 2011 este colectivo representó el 84,3% de las llegadas y se incrementó un 9,8%, tras varios años consecutivos de subidas, que se vieron interrumpidas en los años 2008 y 2009. Esta favorable evolución ha llevado al ocio a ganar terreno a otros motivos del viaje como los negocios y los motivos personales.

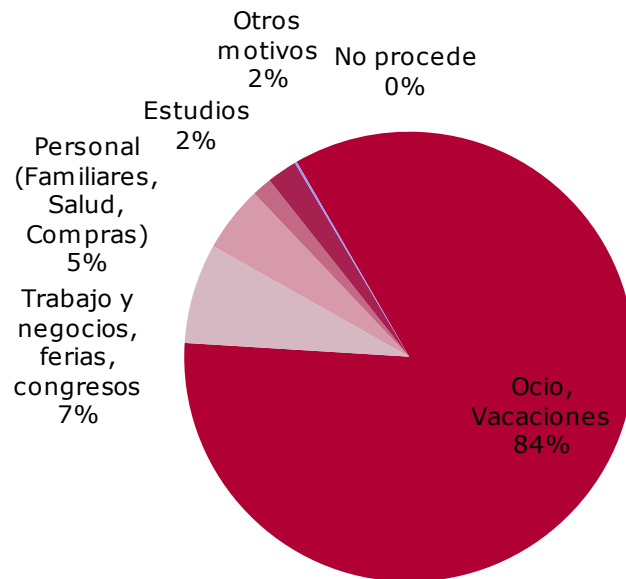
El turismo de negocios tiene un peso del 7,2%, aunque muestra un retroceso respecto al año anterior (-6,8%). Esta motivación del viaje ha perdido peso en los últimos años.

Los motivos personales, que comprenden visita a familiares, salud y compras, englobaron al 4,8% de las llegadas, protagonizando un retroceso del -7,3%. Los turistas que viajan a España por estos motivos han perdido cerca de dos puntos porcentuales de peso en los últimos cinco años, acumulando importantes descensos a lo largo de este periodo.

Por último, “otros motivos” tales como los motivos religiosos, con un peso cercano al 2%, evolucionaron de manera favorable.

Turistas internacionales a España según motivo del viaje

Porcentaje sobre total
Año 2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Los turistas de negocios alcanzan un mayor gasto medio por persona que los de ocio.

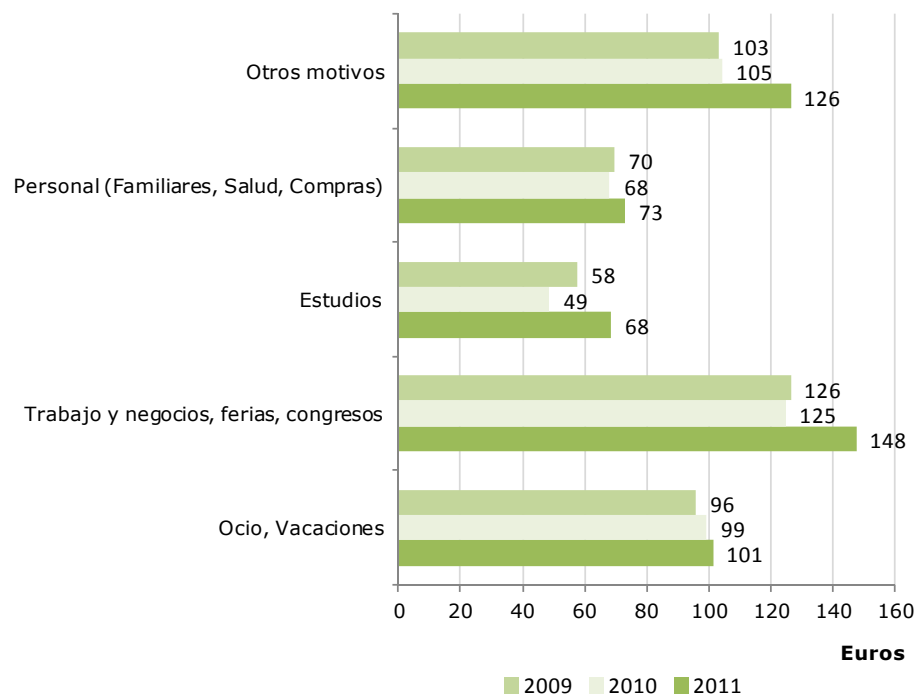
En términos del gasto turístico efectuado en los viajes, el ocio y las vacaciones concentraron el 83% del mismo, porcentaje ligeramente inferior al alcanzado a nivel de llegadas. El motivo trabajo tuvo más presencia en el gasto total que en las llegadas, por lo que su gasto medio por persona fue superior al del motivo ocio y vacaciones (1.111,3 euros frente a 917,1 euros). Los motivos personales registraron el gasto medio por persona más bajo (632,2 euros). Todos estos motivos menos el ocio vieron reducido su gasto total respecto a 2010.

Teniendo en cuenta las pernoctaciones, el motivo trabajo fue el que registró un mayor gasto medio diario, 147,6 euros, dado su nivel de gasto total y sus cortas estancias. Esta variable protagonizó un crecimiento de dos dígitos respecto a 2010.

Gasto medio diario de los turistas según motivo del viaje

Euros

Años 2009-2011



Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur).

Entre los turistas que declararon que el motivo principal de su visita era el ocio y las vacaciones se encuentran aquellos que centraron su interés en el **motivo cultural** y que visitaron España atraídos por su cultura. Este colectivo fue en 2011 de 9,4 millones de turistas, un 26% más que el año anterior.

El 85% de los turistas que viajaron por motivos culturales organizaron el viaje por sí mismos. Más de la mitad se encontraba en un tramo de edad entre 25

y 44 años. El gasto medio por persona ascendió a 908 euros, un 13,7% más que en 2010.

Más del 90% de los británicos, alemanes y nórdicos viajaron por ocio.

Analizando la variable motivo del viaje por **mercado emisor**, se pone de manifiesto la relevancia del motivo ocio y vacaciones en Reino Unido, Alemania y los países nórdicos, con un peso superior al 90% de las llegadas. En Francia e Italia, el ocio también fue el motivo principal del viaje, aunque su peso osciló entre el 76% y el 78%. Respecto a 2010, el motivo ocio registró incrementos en todos los mercados anteriores.

El motivo trabajo destacó en Portugal e Italia, especialmente en el primero, al mismo tiempo que las visitas a familiares y amigos y los viajes de salud y compras tuvieron más relevancia en Francia y Portugal.

Los archipiélagos, a la cabeza de las llegadas por motivos de ocio.

Los archipiélagos canario y balear son los **destinos españoles** que más volumen de turistas de ocio y vacaciones concentran, entre el 96% y el 98% de sus llegadas. En el lado opuesto se sitúa la Comunidad de Madrid, donde el turismo vacacional apenas supera la mitad de los turistas recibidos. Los viajes de negocios tuvieron su máxima representación en la Comunidad de Madrid y Cataluña, al igual que los viajes por motivos personales.

Respecto a 2010, todas las comunidades principales recibieron más turistas por motivo ocio y vacaciones, excepto la Comunidad de Madrid, que retrocedió un 3,6%. Sin embargo, el turismo de negocios fue el que más se resintió en esta comunidad, registrando un descenso de dos dígitos respecto al año anterior. Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña vieron

reducida la cifra de turistas que las visitaron por motivos personales.

Como es habitual, las llegadas por aeropuerto concentraron un mayor número de turistas que viajaron por ocio, el 86,9% del total, mientras que los viajeros que optaron por la carretera se movieron por motivos personales en mayor medida que el resto (11,7%).

Al mismo tiempo, se detectan mayores estancias medias entre los viajes de ocio y personales, en torno a 9 días, y estancias más cortas en los viajes de negocios (7,5 días). Respecto a 2010 se registran retrocesos en todas las modalidades.

1.5. Vías de acceso

El aeropuerto, vía de acceso mayoritaria de los turistas internacionales, protagonizó en 2011 una importante subida del 10,1%, convirtiéndose en la única vía de acceso que evolucionó de manera positiva. La recuperación del espacio aéreo, tras las cenizas del volcán islandés de 2010, ha influido en este resultado. La carretera, segunda vía de entrada por volumen de llegadas, permaneció estable respecto a 2010. Tanto puertos como ferrocarril, con el 2,8% de los turistas, registraron caídas, especialmente este último.

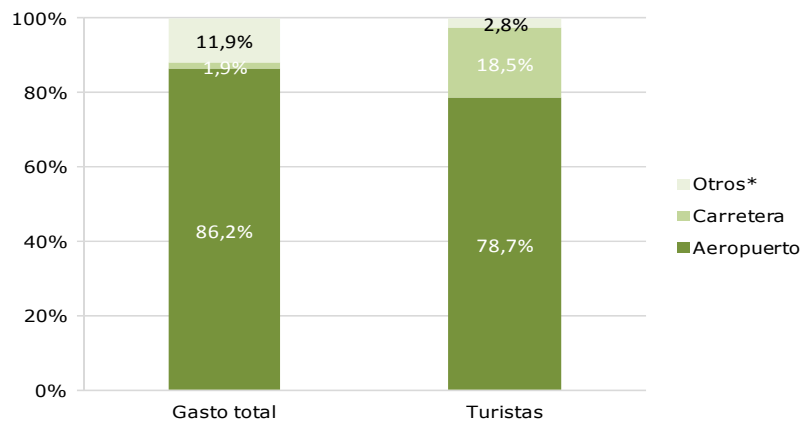
En los últimos 5 años el aeropuerto le ha ganado terreno a la carretera hasta alcanzar un peso cercano al 79% de las llegadas, lo que afianza su liderazgo como vía de acceso elegida por los turistas internacionales que visitan España.

El gasto medio por persona de aeropuerto fue prácticamente el doble que el de carretera.

El aeropuerto tuvo más protagonismo a nivel del gasto turístico realizado que del flujo turístico recibido, aglutinando el 86,2% del gasto total. En la carretera se dio la situación contraria, por lo que el gasto medio por persona de los turistas que optaron por esta vía de acceso fue 421 euros inferior a los que optaron por el avión. En términos de evolución, el gasto total fue superior al registrado el año anterior en ambos colectivos, especialmente en el aeropuerto. Sin embargo, el gasto medio por persona descendió en el aeropuerto y creció de forma importante en la carretera.

Gasto total y turistas internacionales a España según vía de acceso

Porcentaje sobre total
Año 2011



*En turistas incluye barco y tren y en gasto total únicamente barco
Fuente: IET. Encuesta de gasto turístico (Egatur).

La vía aérea tuvo su máxima presencia en los países nórdicos y el Reino Unido.

La vía aérea tuvo más presencia entre las llegadas del mercado nórdico y británico, utilizada en más del 95% de los casos. En Alemania un 90,6% de los turistas optaron por el avión. Italia y Francia, mercados más cercanos y con una mayor red de comunicaciones con España, recurren al avión en menor medida, especialmente Francia, donde únicamente el 43% de

los turistas optaron por esta vía. En este último mercado, el medio de transporte estrella fue la carretera. Entre las demás vías de acceso, sobresalió el peso del barco en Italia.

Respecto a 2010, la vía aérea se incrementó en todos los mercados anteriores, mientras la carretera disminuyó en Reino Unido y los países nórdicos.

Los archipiélagos se especializaron en la vía aérea y Cataluña en la carretera.

Canarias y Baleares fueron las **comunidades** más dependientes del avión, dada su condición de islas, recibiendo más del 97% de los turistas por esta vía. En la Comunidad de Madrid el porcentaje de turistas que optaron por esta vía también fue elevado (90,6%). En el lado opuesto se situaron la Comunidad Valenciana y Cataluña, especialmente esta última, donde la carretera tuvo más presencia que en el resto de las comunidades (23,6%), dada su cercanía con el mercado francés y con otros mercados europeos.

Los hoteles fueron el tipo de alojamiento favorito de los turistas que accedieron a España por vía aérea, con el 69% del peso, mientras en el caso de las llegadas por carretera fueron los alojamientos no hoteleros los que tomaron la delantera (54%).

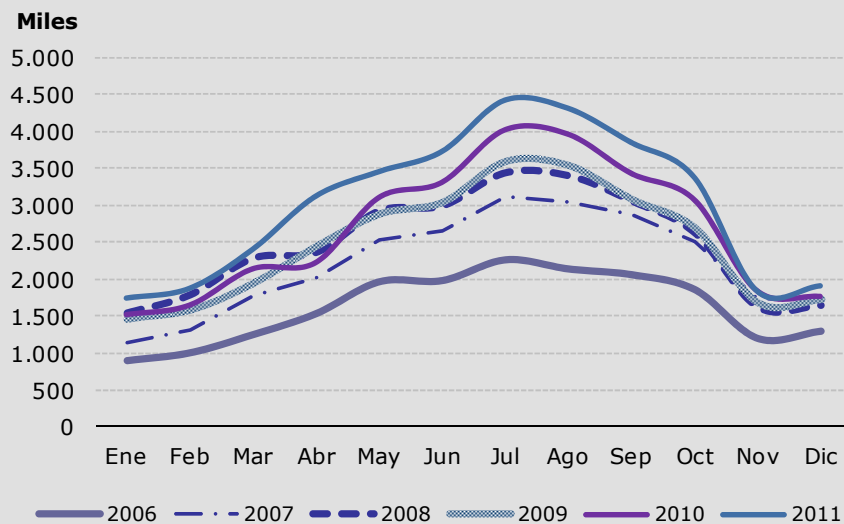
Además, los turistas que optaron por el avión permanecieron más tiempo en nuestro país que aquellos que accedieron en coche (9,2 frente a 8,9 días).

1.5.1. Pasajeros en líneas aéreas de bajo coste

Según los datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) los aeropuertos españoles concentraron este año 63,5 millones de pasajeros internacionales, un 10,4% más que en 2010. El 56,9% de los mismos volaron en alguna de las Compañías Aéreas de bajo coste (CBC) consideradas por el IET², colectivo que explicó la mayor parte de la subida del periodo.

Al mismo tiempo, se han recibido 465 mil vuelos, el 51,8% de los cuales ha correspondido a CBC. Tanto estos como los realizados en compañías tradicionales han evolucionado de manera favorable.

**Evolución por meses del número de pasajeros recibidos en CBC
2006-2011**



Fuente: IET, elaboración propia a partir de datos de Aena.

La mayor parte de los pasajeros que llegaron a España en CBC, el 96%, se dirigieron a alguna de las seis comunidades principales. Más concretamente:

² Las CBC consideradas por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) en 2011 han sido: Cimber (Dinamarca), Transavia.com France (Francia), Ryanair, Aer Lingus (Irlanda), CAI SECOND, Meridiana Spa (Italia), Transavia (Holanda), EasyJet Airline Co. Ltd, Jet2 (Channel Express), bmiBaby, Flybe, Monarch Airlines, Thomsonfly (Reino Unido), Air Berlin, German Wings, Hapag Lloyd Express, TuiFly (Alemania), Easyjet Switzerland, FlyBaboo, Helvetic (Suiza), Norwegian (Noruega), Air Finland Ltd (Finlandia), Flyniki /NL Luftfahrt GMBH (Austria), Smart Wings (República Checa), Wizz Air (Hungría), Blue Air (Rumanía), Vueling (España), Jet4You, Air Arabia Maroc (Marruecos).

Baleares fue el destino elegido por 7,8 millones de pasajeros, la mayor parte de los cuales tuvieron su origen en Alemania y Reino Unido. Ambos mercados evolucionaron de manera favorable respecto a 2010.

Cataluña concentró cerca del 20% de los pasajeros llegados a España en este tipo de compañías, un 12% más que el año anterior. Italia y Reino Unido fueron sus principales países de origen.

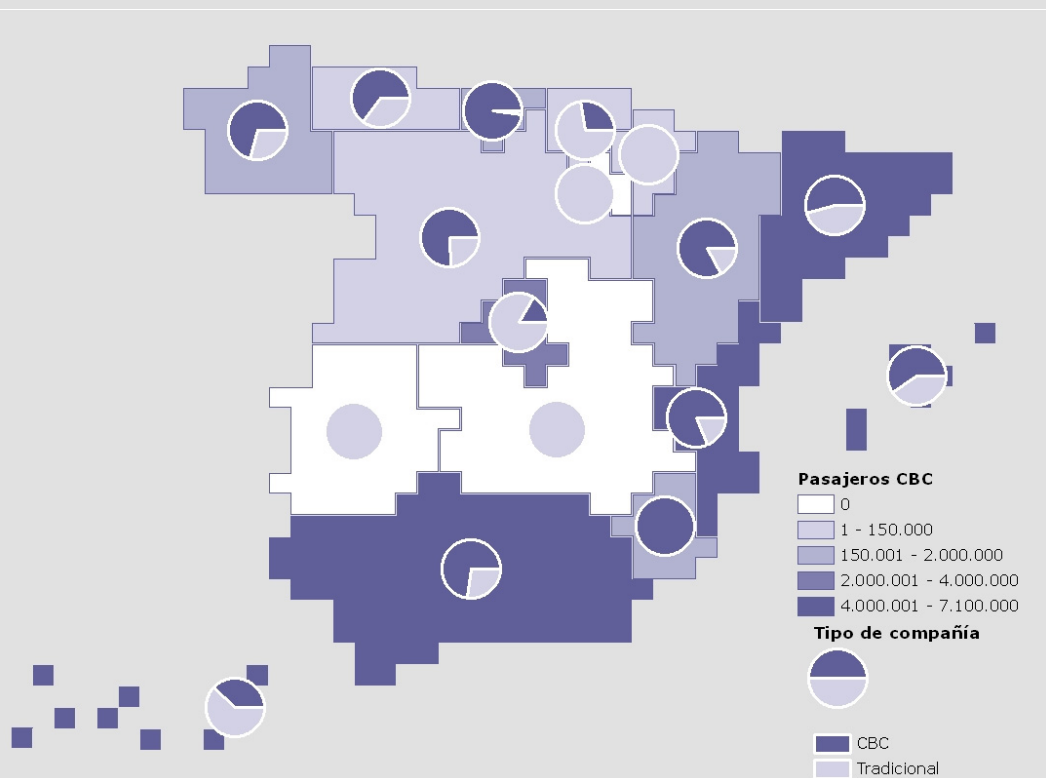
Canarias fue la tercera comunidad que más pasajeros de CBC recibió este año, 6,2 millones, procedentes en su mayoría de Reino Unido y Alemania. Este destino fue el que más creció respecto al año anterior, un 23,7%, lo que se tradujo en 1,2 millones de pasajeros más.

Andalucía recibió cerca de 5 millones de pasajeros, un 8% más que en 2010. Este destino mostró una grande dependencia del mercado británico, origen del 47% de los pasajeros.

En la **Comunidad Valenciana**, con 4,7 millones de pasajeros, la dependencia del Reino Unido también fue manifiesta, con el 47,8% de las llegadas con esa procedencia. Este destino recibió 415 mil pasajeros más que en 2010.

Por último, la **Comunidad de Madrid** se incrementó un 12,8% hasta alcanzar los 3,7 millones de pasajeros. Italia y Reino Unido fueron sus principales mercados, registrando ambos subidas respecto a 2010.

Número de pasajeros en CBC y porcentaje de pasajeros según compañía aérea por comunidades autónomas. Año 2011



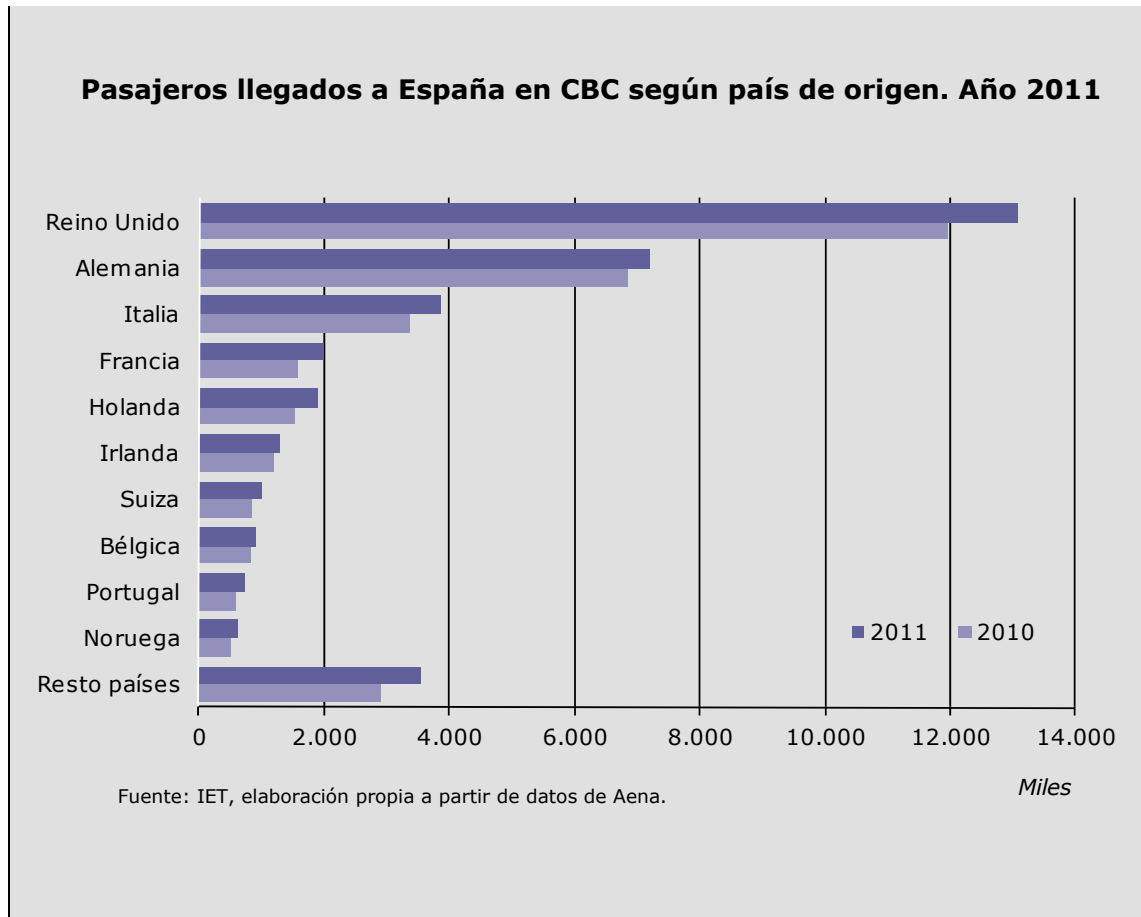
Fuente: IET, elaboración propia a partir de datos de Aena.

Los mercados británico y alemán acapararon el 56% de las llegadas, porcentaje que ha descendido a lo largo de los años (en 2005 concentraron cerca del 74% de los pasajeros). Esto implica una diversificación en lo que a los mercados de origen de las llegadas en CBC se refiere.

Reino Unido fue el punto de partida de 13,1 millones de pasajeros de CBC, 1,1 millones más que en 2010. Sus destinos preferidos fueron los archipiélagos, que concentraron un parte importante de la subida de este mercado.

Alemania, con 7,2 millones de pasajeros, creció un 5,3% respecto a 2010. Baleares fue el destino de cerca de la mitad de estos pasajeros aunque Canarias se beneficia más del favorable resultado del mercado alemán.

Italia, Francia y Holanda se situaron a continuación, contribuyendo todos ellos en gran medida al positivo resultado llevado a cabo por las CBC en 2010, especialmente Italia.



1.6. Tipo de alojamiento principal

El alojamiento hotelero recibió 3,1 millones de turistas más que en 2010.

El alojamiento mayoritario de los turistas que nos visitaron fue el hotelero, que además en 2011 concentró la mayor parte de la subida registrada por los turistas internacionales. El alojamiento no hotelero también creció, aunque en menor medida (5,4%), siendo la vivienda alquilada la que evolucionó de una manera más favorable.

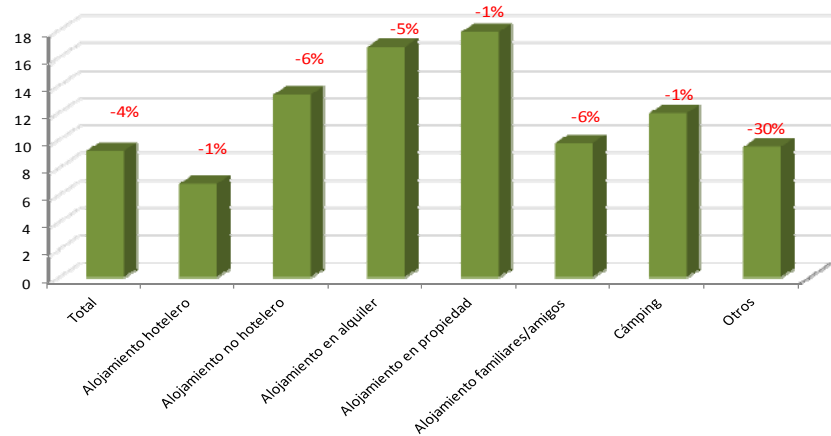
Si analizamos la evolución en los últimos diez años de ambas formas de alojamiento, se pone de manifiesto la pérdida de peso paulatina del alojamiento hotelero, si bien a partir de 2007 esta tendencia se invierte y los hoteles recuperan parte del volumen perdido el tiempo de atrás.

Si medimos las llegadas en términos de pernoctaciones el alojamiento no hotelero se abre camino, como consecuencia de las mayores estancias medias que le acompañan. De esta forma, el 52,6% de las pernoctaciones de los no residentes se realizaron en algún alojamiento de este tipo.

Respecto a 2010, las pernoctaciones en alojamientos no hoteleros disminuyeron, mientras los turistas recibidos crecieron. Por el contrario, en el alojamiento hotelero ambas medidas evolucionaron de manera positiva, si bien el crecimiento de los turistas (9,5%) fue superior al de las pernoctaciones (8,2%).

Las evoluciones anteriores traen consigo descensos en la estancia media en ambos tipos de alojamiento, del 1% en el caso de los hoteles y del 5,8% en el alojamiento no hotelero, con caídas en todas sus modalidades. La estancia media en el alojamiento hotelero ha sido de 6,8 días y en el no hotelero de 13,3 días.

Estancia Media por tipo de alojamiento
Número de días y variación interanual
Año 2011

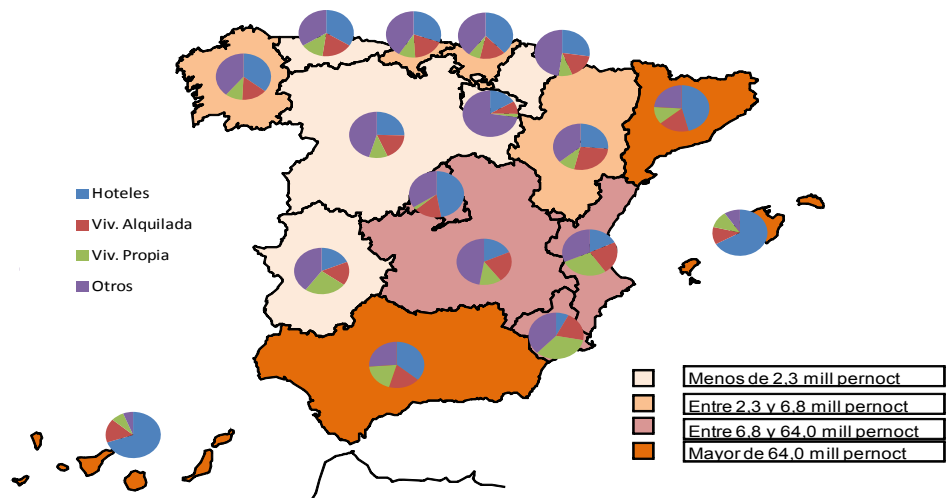


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El alojamiento hotelero destaca en Alemania, países nórdicos e Italia.

Dentro de los **mercados principales**, el alojamiento hotelero sobresalió en Alemania, los países nórdicos e Italia, con pesos en torno al 70% de las llegadas. En el lado opuesto se situó Francia, donde más de la mitad de los turistas optaron por el alojamiento no hotelero. El caso británico se asemejó bastante a la media, con el 62% de los turistas alojándose en hoteles y el 38% en otro tipo de alojamientos.

Desglose de las pernoctaciones según tipo de alojamiento, por comunidad autónoma de destino principal
Año 2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) - Encuesta de Gasto Turístico (Egatur)

Los hoteles tuvieron más relevancia en las islas.

Canarias y Baleares fueron las **comunidades** donde más entidad tuvo el alojamiento hotelero, con pesos superiores al 75%. Por el contrario, en la Comunidad Valenciana únicamente el 35% de los turistas internacionales acudieron a hoteles y similares, alojándose en vivienda propia o de familiares y amigos principalmente. Las demás comunidades principales recibieron más turistas en hoteles que en el resto de alojamientos aunque en el caso de Andalucía el reparto entre ambos tipos de alojamiento fue muy similar.

Gasto Medio por tipo de alojamiento

Euros
Año 2011

	Gasto total medio diario	Gasto destino medio diario	Gasto total medio persona
Total	101,9	54,8	933,6
Alojamiento hotelero	136,6	61,0	929,7
Alojamiento no hotelero	70,6	49,2	940,4
Alojamiento en alquiler	79,9	53,1	1.339,5
Alojamiento en propiedad	58,7	46,8	1.048,1
Alojamiento familiares/amigos	68,3	46,0	665,8
Cámping	61,0	55,7	728,2
Otros	89,7	46,5	848,8

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Los turistas alojados en hoteles gastaron más por día que el resto.

El gasto medio por persona de los turistas que se alojaron en hoteles fue inferior al de aquellos que optaron por otros alojamientos. Sin embargo, el gasto medio diario fue superior, acompañado por una menor estancia media asociada a este tipo de alojamiento.

Atendiendo al gasto medio diario en destino se acertaron distancias entre los turistas que acudieron a hoteles y al resto de alojamientos, con 61 euros y 49,2

euros, respectivamente, lo que pone de manifiesto mayores diferencias entre gastos propios de realización en origen, como el transporte o el alojamiento.

1.7. Forma de organización del viaje

El 69,3% de los turistas que acudieron a España en 2011 optaron por no contratar previamente un paquete turístico, modalidad de viaje que ha ido ganando terreno a pasos agigantados al paquete turístico en los últimos años (en el año 2000 solo la mitad de los turistas que nos visitaban lo hacían de esta forma). Respecto a 2010, estos turistas se incrementaron un 5,9%. Los que se decantaron por el paquete turístico rompieron la tendencia decreciente de años anteriores y experimentaron un importante avance del 12,2%. En 2011 este hecho está correlacionado con el trasvase de turistas que la primavera árabe ha traído consigo, puesto que el perfil de viajero recibido opta por viajes organizados.

Visitantes según forma de organización paquete turístico

Número de turistas, excursionistas, visitantes y % vertical
Año 2011

	Turistas	% Vertical	Excursionistas	% Vertical	Total visitantes
Total	56.694.298	100,0%	43.172.727	100,0%	99.867.025
Sin paquete	39.291.896	69,3%	41.093.695	95,2%	80.385.591
Con paquete	17.312.046	30,5%	1.486.415	3,4%	18.798.461
No procede	90.356	0,2%	592.617	1,4%	682.973

El gasto en destino fue más alto entre los turistas que no contrataron paquete turístico.

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto medio por persona de los turistas que contrataron paquete turístico fue superior al resto, 1.054,8 euros frente a los 885,7 euros de los turistas

que optaron por formas de viaje menos organizadas. Respecto a 2010 ambos gastos permanecieron prácticamente constantes. Al mismo tiempo, el gasto medio diario del primer grupo de turistas también fue superior al segundo, acentuándose la diferencia. No obstante, si se analiza de forma individualizada el gasto medio por persona en destino, se observa un mayor gasto medio entre los turistas que no contratan paquete (62,6 euros frente a los 31,8 euros de los que sí optan por el paquete), lo que pone de manifiesto que este colectivo de turistas tiene más presencia entre los gastos que más inciden en España.

Gasto total y gastos medios según organización del viaje

Millones de euros, % vertical y euros
Año 2011

	Gasto total Millones €	Gasto %	Gasto total medio diario	Gasto destino medio diario
Total	52.796	100,0%	101,9	54,8
Sin paquete	35.923	68,0%	92,9	62,6
Con paquete	16.873	32,0%	128,5	31,8

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El paquete turístico estuvo asociado al ocio en gran medida.

El motivo ocio fue mayoritario entre los turistas que recurrieron al paquete turístico, el 95,5% de los mismos declararon viajar con esta motivación. Como cabe esperar, el uso del paquete turístico fue escaso entre los turistas de negocios.

Merece la pena detenerse en el estudio de los turistas que vinieron a España por primera vez, puesto que entre los que repiten visita el uso del paquete puede verse reducido. En el mencionado colectivo, el paquete turístico tuvo más entidad que en la media (35% frente a 31%).

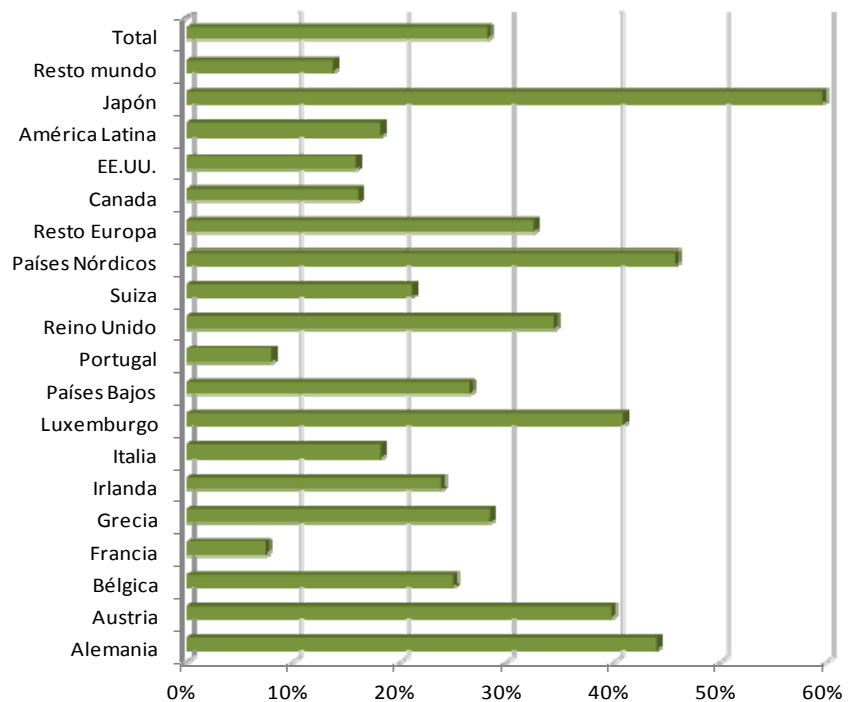
Los hoteles, alojamiento más demandado por los turistas con paquete turístico.

Parece lógico suponer, que los turistas que adquirieron un paquete turístico se alojaron principalmente en hoteles, dado que este tipo de productos engloban en la mayoría de los casos el servicio de alojamiento. Las cifras así lo corroboran, con el 95,1% de los turistas que contrataron un paquete turístico alojándose en hoteles.

Profundizando ahora en la composición del grupo turístico más habitual dentro del colectivo de turistas que compra un paquete, se pone en evidencia el mayor uso de este tipo de servicios por parte de las familias con hijos, en contraposición con el plan de viaje de las personas que viajan solas, que lo hacen mayoritariamente de forma independiente (90%), al igual que los compañeros de trabajo o estudios.

Utilización del paquete turístico según el país de residencia de los turistas

Porcentaje sobre total
Año 2011

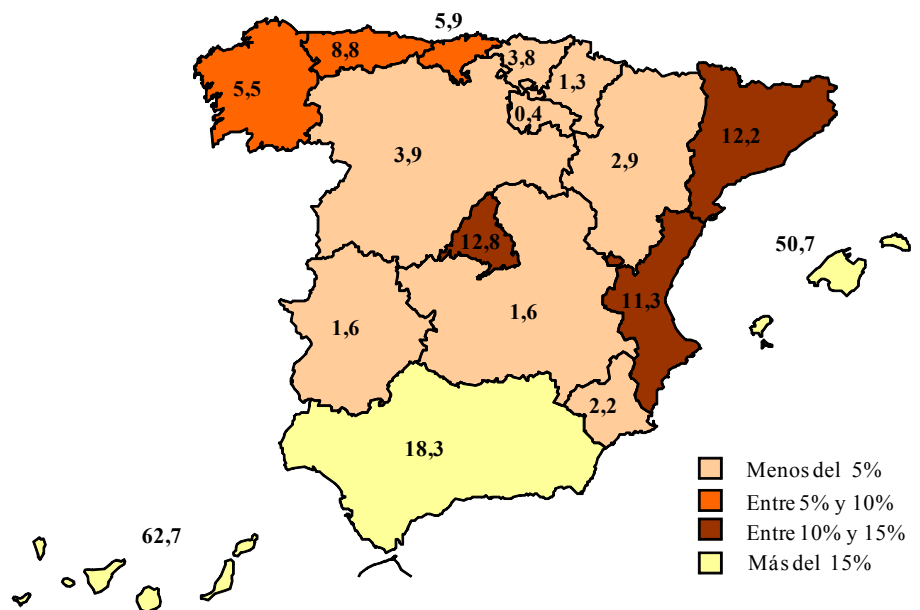


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Realizando este mismo análisis por **mercados**, países nórdicos, Alemania y Reino Unido están a la cabeza de los países donde se contrata paquete turístico para viajar a España. En el primer caso se alcanzan cifras próximas al 50% de los turistas. Se da la circunstancia de que también son estos mercados los que más se han incrementado este año, especialmente Reino Unido. Asimismo, los mercados más cercanos fueron los que más porcentaje de turistas viajando por libre registraron, como es el caso de Francia, donde casi el 88% de los turistas no contrataron paquete turístico a la hora de emprender un viaje a este país.

Porcentaje de turistas con paquete turístico por comunidad autónoma de destino principal

Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El paquete turístico alcanzó su máxima expresión en las islas.

Canarias y Baleares fueron las **comunidades** de mayor uso del paquete turístico por excelencia, asimismo, Canarias ha sido la comunidad que más se ha visto beneficiada por el trasvase de turistas de la primavera árabe. Ambas reciben más turistas de este

tipo que sin paquete turístico. En la Comunidad Valenciana sucede lo contrario, el porcentaje de turistas con paquete recibidos es mínimo (el 11% del total), en consonancia con el menor peso mostrado por el alojamiento hotelero, dada la importancia que la vivienda propia y de familiares o amigos tienen entre los turistas que les visitan.

1.8. Uso de Internet

El uso de Internet volvió a la senda del crecimiento.

El uso de Internet volvió a la senda del crecimiento que le ha acompañado desde el comienzo de la serie, tras la interrupción de 2010, protagonizando un avance del 16,2%. Los servicios más demandados han sido, por este orden, la consulta, la reserva y el pago, utilizados por una proporción similar de turistas a la de años anteriores.

Uso de Internet por parte de los turistas que visitan España

Porcentaje de turistas y variación interanual

Año 2011

	Porcentaje de Turistas	Tasa de Variación
Total	100%	8%
No usa Internet	39%	-3%
Usa Internet	61%	16%
Consulta	60%	17%
Transporte	56%	16%
Alojamiento	43%	20%
Actividades	25%	21%
Reserva	54%	18%
Transporte	52%	18%
Alojamiento	36%	25%
Actividades	9%	50%
Pago	51%	21%
Transporte	50%	21%
Alojamiento	29%	34%
Actividades	8%	60%

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

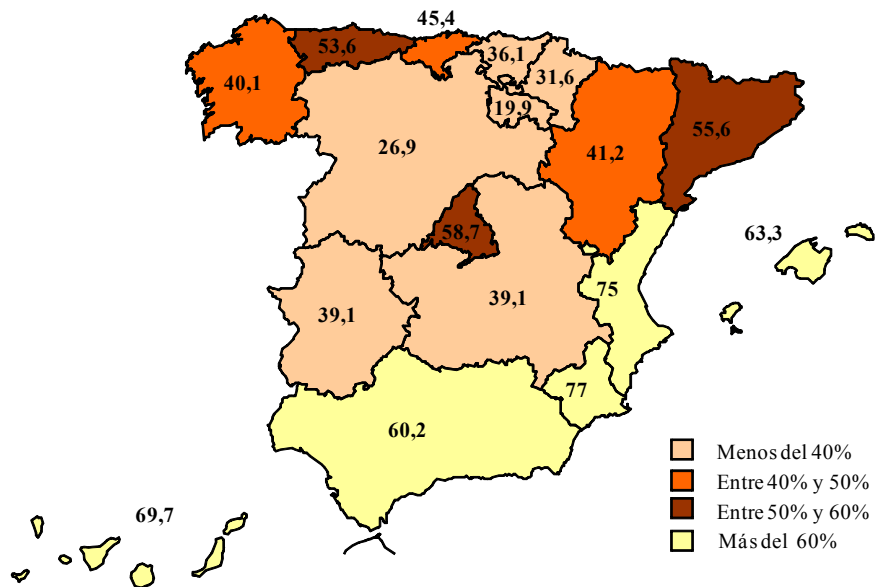
Analizando los **mercados emisores**, los nórdicos utilizaron Internet en mayor medida que el resto de mercados (76,5%), al igual que los británicos (74,2%). En el lado opuesto se situaron los franceses, que recurrieron a este medio en un 34,6% de los casos.

Las islas registran las cifras más altas de uso de Internet.

Por **comunidades autónomas**, los turistas que viajan a los archipiélagos muestran una mayor predilección por Internet en la organización de sus viajes, especialmente Canarias, con cerca del 70% de los turistas. Los que visitan Cataluña y Madrid, por el contrario, no hacen uso de este medio en más del 40% de los casos.

Porcentaje de uso de Internet de los turistas que visitan España, según comunidad autónoma de destino principal

Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

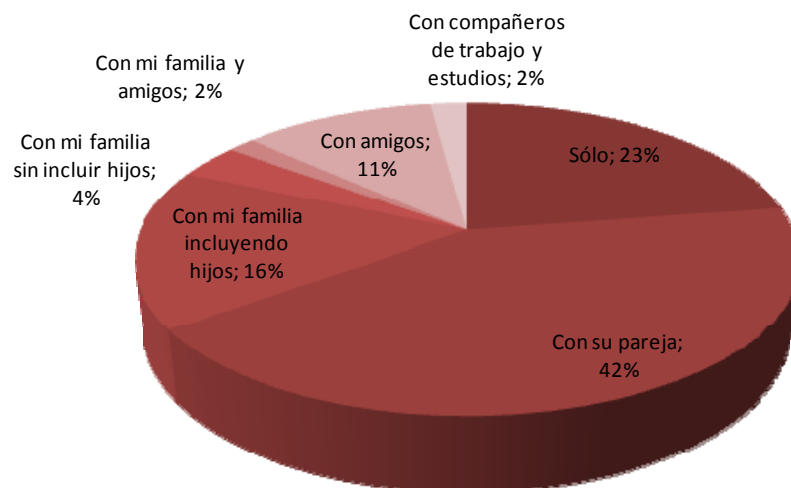
1.9. Composición del Grupo Turístico

Los turistas internacionales acuden en mayor medida en pareja.

España recibe mayoritariamente turistas que viajan en pareja o en solitario (65%), representando el primero de los colectivos el doble que el segundo. Las familias con hijos también tienen cierta entidad, acaparando en torno al 16% de las llegadas. Respecto a 2010, los viajes individuales permanecen constantes, mientras las otras dos modalidades mencionadas se incrementan.

Composición del grupo de los turistas no residentes en sus viajes a España

Porcentaje sobre total
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Si se analiza la composición del grupo turístico por **países de residencia**, se observa que británicos y alemanes viajan en pareja con más intensidad que el resto, mientras los nórdicos y los franceses muestran una mayor predilección por viajar con la familia e hijos. Entre los italianos destaca el grupo de turistas que viaja con amigos y también en el que lo hace con compañeros de estudio y trabajo, con pesos del 19% y del 4% del total de las llegadas.

En relación a las **comunidades autónomas**, los turistas que acuden solos a la Comunidad de Madrid representan el 47% del total de las visitas recibidas, frente al 23% de la media nacional. Este hecho está sin duda relacionado con el peso que los viajes de negocios tienen en este destino. En Canarias tienen especial relevancia los turistas que viajan en pareja, representando más del 56% de las llegadas. En Baleares fueron las familias con hijos las que sobresalieron, con un peso del 21% frente al 16% de la media nacional.

1.10. Actividades realizadas en España.

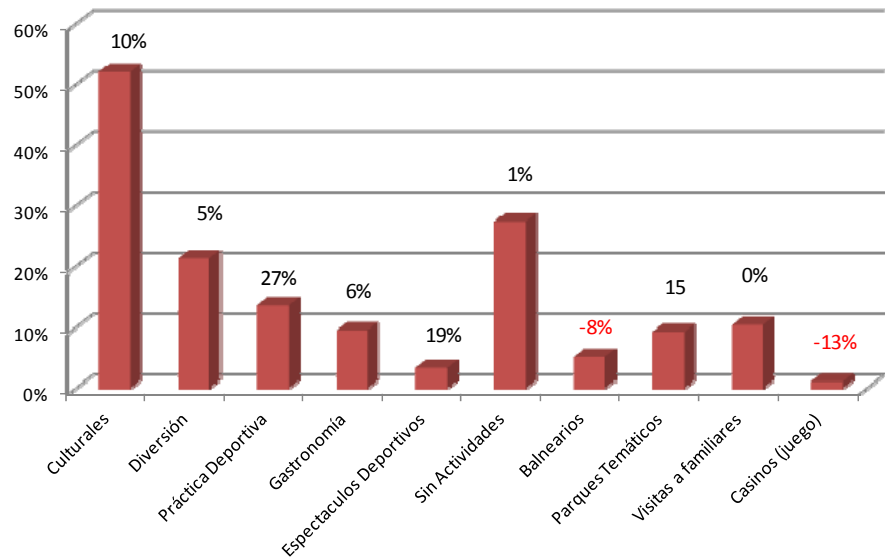
Las actividades más demandadas por los turistas internacionales que visitaron España en 2011 fueron las culturales, que mostraron un avance cercano al 10% respecto al año anterior. Más de cinco de cada diez turistas acudieron a algún espectáculo cultural o realizaron alguna visita cultural este año. Las actividades de diversión atrajeron a cerca del 21% de los turistas recibidos. Las actividades deportivas contaron con algo más de uno de cada diez turistas y las visitas a familiares, las actividades gastronómicas y las visitas a parques temáticos en torno al 10% de las llegadas.

El 27,5% de los turistas recibidos no realiza ninguna actividad.

El colectivo de turistas que no realizó ninguna actividad durante su estancia en España representó el 27,5% del total de las llegadas, creciendo ligeramente respecto a 2010.

Actividades realizadas por los turistas en sus viajes a España

Porcentaje sobre total y variación interanual
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Italia, mercado que más realizó actividades culturales.

Por **mercados**, los turistas italianos mostraron una mayor predilección por las actividades culturales que el resto; el 69% realizó alguna de ellas durante sus viajes a España. También se sitúan por encima de la media Francia y los Países Bajos. Sin embargo, los turistas franceses destacan entre las visitas de familiares y amigos, hecho sin duda condicionado por la cercanía de este mercado con España, y en las actividades gastronómicas. En esta última actividad también tuvieron más interés que el resto los turistas italianos. Las actividades de diversión fueron realizadas por un 31,2% de los italianos y por un 23% de los británicos, frente al 21,3% de los turistas internacionales que nos visitan. Por último, las actividades deportivas acogen a los turistas alemanes, nórdicos y holandeses más que al resto de los turistas internacionales recibidos.

En relación a las **comunidades autónomas**, las actividades culturales se concentraron en la Comunidad de Madrid y Cataluña, con más del 64% de los turistas recibidos realizando alguna de las mismas. Las visitas a familiares o amigos se acentuaron en la Comunidad Valenciana, con el 18% de los turistas frente al 10% de media. Las actividades gastronómicas despuntaron en Andalucía y la Comunidad de Madrid, mientras las actividades deportivas alcanzaron su máximo apogeo en Canarias.

Cabe añadir que los turistas que viajan por motivos de estudios recurren a las actividades culturales en gran medida (66,6%) al igual que los que viajan por ocio. Las actividades deportivas y de diversión también son muy demandadas entre los primeros. Los turistas de negocios no suelen realizar ninguna actividad durante su estancia.

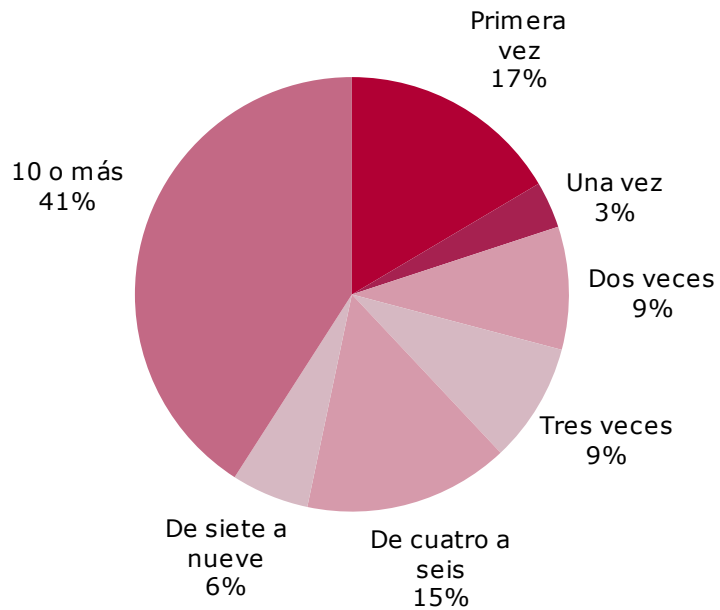
1.11. Fidelidad al destino y valoración del viaje a España

El 83,5% de los turistas recibidos en España habían venido previamente.

España recibe fundamentalmente turistas que repiten visita, lo que refleja su grado de fidelidad hacia nuestro país. En 2011 el 83,5% de los turistas declararon haber estado previamente en este destino, de los cuales cerca de la mitad habían acudido diez o más veces. Además, la estancia media de los turistas que no conocían España fue inferior a la de aquellos que repitieron visita, dado el peso que la visita a familiares o amigos y la vivienda propia tienen entre este último colectivo de turistas.

Turistas internacionales a España según número de visitas anteriores

Porcentaje sobre total
Año 2011



Fuente: IET. Hábitos de los turistas internacionales (Habitur).

Los turistas que no habían venido previamente gastaron más por persona y día.

Se observa que los turistas que acudieron a España por primera vez gastaron más que la media, a nivel gasto medio por persona y gasto diario (1.106,5 y 130,4 euros, respectivamente). Entre los turistas que ya habían venido previamente, estos gastos fueron decreciendo hasta alcanzar los 854,5 euros por persona y los 84,6 euros diarios de los turistas que han estado diez o más veces en España.

Gasto de los turistas que visitan España según el número de sus visitas

Euros
Año 2011

	Gasto total medio diario	Gasto total medio persona
Total	101,9	933,6
Primera vez	130,4	1.106,5
Repite visita	95,5	890,7
Una vez	115,4	1.023,8
Dos veces	111,4	992,1
Tres veces	108,3	920,4
De cuatro a seis	104,0	876,2
De siete a nueve	98,4	885,3
10 o más	84,6	854,5

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Los no residentes otorgan 8,5 puntos al conjunto de su estancia en España.

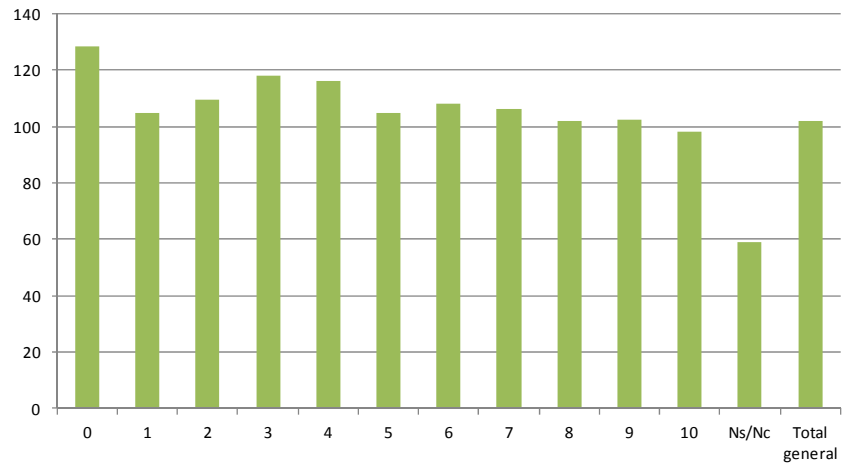
La **puntuación media** asignada por los turistas internacionales al conjunto de su estancia en España ascendió a 8,5 puntos sobre 10, valoración muy favorable, como en años anteriores. Esto ha supuesto que cerca del 87% de los turistas recibidos han asignado una puntuación por encima del 8.

Analizando el gasto medio diario de los turistas en función de la valoración otorgada al viaje, se observa una relación inversa, es decir, a mayor valoración menor gasto efectuado. Por lo que, no se puede concluir que los turistas más satisfechos son los que más gastan.

Gasto medio diario según el nivel de satisfacción (0-10) declarado en su viaje a España

Euros
Año 2011

El grado de satisfacción no estuvo en consonancia con mayores gastos medios diarios.



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Para completar la información acerca de fidelidad al destino que se expone en este apartado, así como la correspondiente a valoración de la estancia, se puede consultar el informe del año 2011 de la Encuesta de Hábitos de los turistas internacionales (Habitur), elaborada por el IET, que está publicado en su página web.

2. Principales mercados emisores

Reino Unido, Alemania y Francia emitieron cerca del 55% de los turistas internacionales recibidos en España en 2011. Todos ellos evolucionaron de manera favorable respecto a 2010, si bien, fue Reino Unido el que protagonizó una mayor subida, convirtiéndose en el mercado que más aportó al crecimiento registrado este año por el turismo receptor en España.

Los países nórdicos e Italia, englobados dentro del grupo de mercados principales en el análisis realizado, concentran individualmente cerca del 7% del total de los turistas llegados a España. En ambos casos se incrementa el flujo de turistas respecto a 2010.

Entre el resto de mercados emisores destaca Países Bajos, con casi 500 mil turistas más cruzando nuestras fronteras. Los demás mercados europeos mostraron subidas, con la excepción de Portugal y Grecia. Fue reseñable el avance llevado a cabo por Rusia.

Dentro del grupo de países no europeos tiene especial relevancia este año el conjunto "América Latina", sobre todo Brasil. La agrupación "Resto del Mundo" se incrementa un 8,5%.

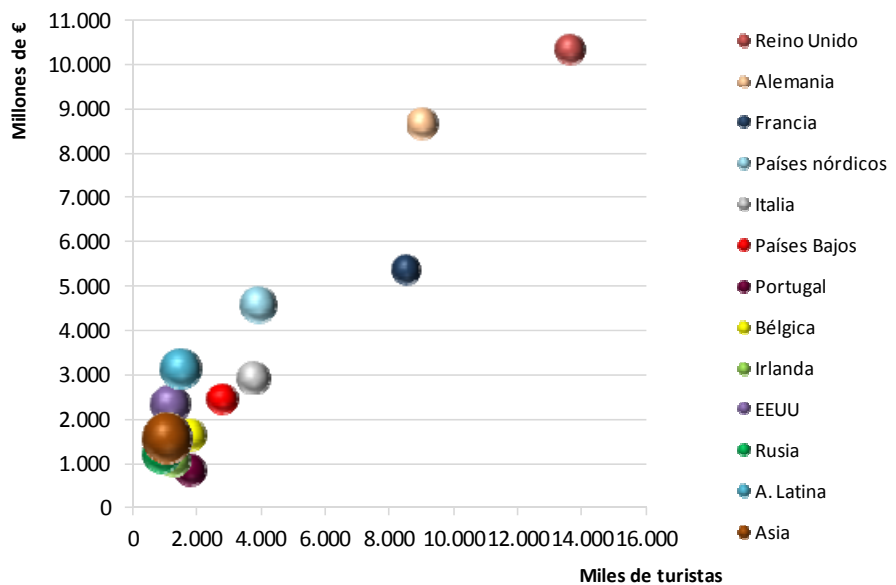
En lo que al gasto total realizado se refiere, todos los mercados principales registraron crecimientos, especialmente los países nórdicos y Francia. Entre los demás mercados sobresalieron Rusia y el conjunto "América Latina". El gasto medio diario creció en todos los mercados europeos, excepto en Reino Unido, que cayó un 1,8%, y en Portugal, que se mantuvo estable.

Las mayores subidas se dieron en Luxemburgo y Grecia. Entre los demás mercados emisores destacó Japón, donde este indicador de gasto protagonizó una subida de dos dígitos.

Posicionamiento de los principales mercados emisores

Número de turistas, gasto total y gasto medio diario

Año 2011



Tamaño de las bolas: gasto medio diario

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) y Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2.1. Reino Unido

Reino Unido fue el mercado que más creció en valores absolutos.

Reino Unido fue el primer mercado emisor de turistas hacia España y también el que más creció en valores absolutos respecto a 2010. Esto se ha traducido en 13,6 millones de llegadas, 1,2 millones más que el año anterior. Su gasto turístico también creció aunque a menor escala, lo que trae consigo un menor gasto medio por persona (762,9 euros). El gasto medio diario, 86,2 euros, protagonizó un retroceso, unido al descenso de la estancia media. Esta mayor afluencia

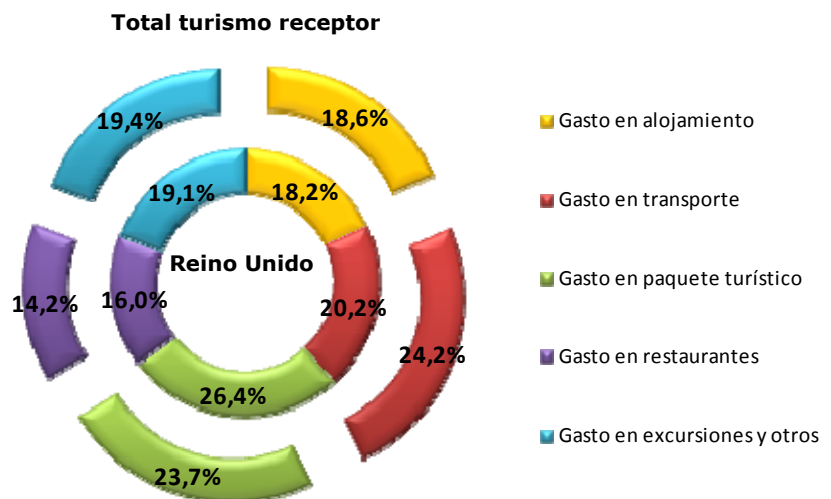
de turistas se ha visto influida por la primavera árabe, ya que el mercado británico se encuentra entre los principales mercados emisores de los países del norte de África.

El paquete turístico fue el concepto de gasto con más peso.

Desglosando el gasto total por componentes, se pone en evidencia el predominio del gasto en paquete turístico, asociado al colectivo de turistas que contratan estos servicios. La segunda partida más cuantiosa ha sido el transporte, especialmente en origen. El alojamiento se lleva el 18% del presupuesto del viaje de los británicos. Respecto a los gastos realizados en el destino, el mercado británico destinó más presupuesto que la media a los restaurantes y prácticamente el mismo a las excursiones y otros.

Distribución del gasto total de los turistas británicos

% sobre el total
Año 2011

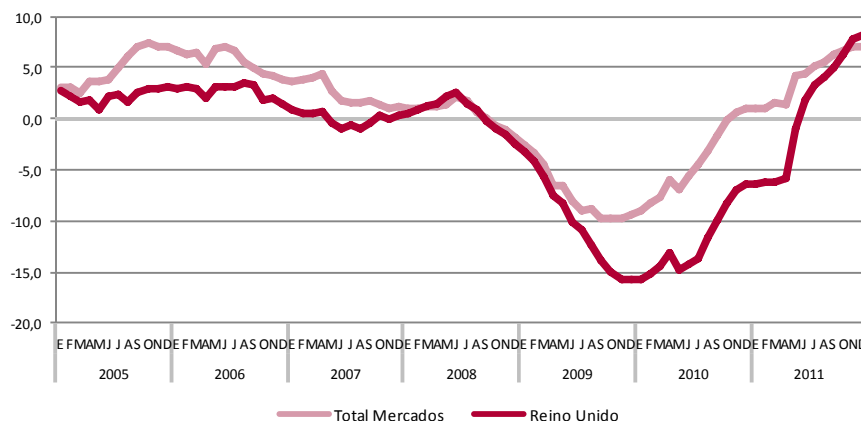


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Los turistas británicos muestran una evolución estable de 2005 a 2007. A finales de 2008 se rompe esta tendencia, sucediéndose importantes caídas en el número de llegadas que no dejan de crecer hasta mediados de 2009. A partir de ese momento se observa una ralentización en el descenso, alcanzando incluso algún tímido crecimiento durante algún mes de 2010. A pesar de ello, 2010 cierra con un descenso del 6,4%. El año 2011 empezó con caídas, que a partir del segundo trimestre se convirtieron en subidas, cerrando el año con un avance del 9,4%.

Evolución de las entradas de turistas del Reino Unido y total mercados

% variación interanual media
Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El alojamiento hotelero creció de manera importante.

El alojamiento hotelero, mayoritario entre los turistas británicos, fue el que concentró la mayor parte del crecimiento, recibiendo cerca de 860 mil turistas más que en 2010. Este dato viene precedido de varios años de retrocesos, destacando el de 2009, donde esta modalidad de alojamiento perdió cerca de 1,9 millones de turistas. El alojamiento no hotelero también evolucionó de manera favorable, principalmente la

vivienda alquilada, a la que recurrieron 210 mil turistas más que el año anterior.

La estancia media de los británicos no llegó a los 9 días, cifra que se ha ido reduciendo paulatinamente, pues en 2004 este colectivo permanecía en España cerca de 10 días. Comparando esta cifra con el total nacional, se observa que los británicos permanecen menos días en nuestro país.

Turistas procedentes del Reino Unido según tipo de alojamiento utilizado

Número de turistas en miles, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Total			Reino Unido		
	Turistas	%Vtcal	%Var.	Turistas	%Vtcal	%Var.
TOTAL	56.694	100	7,6	13.611	100	9,4
Hoteles y similares	36.173	63,8	9,5	8.431	61,9	11,4
Alojamiento extrahotelero	20.426	36,0	5,4	5.178	38,0	6,5
Vivienda en propiedad	4.047	7,1	2,1	1.294	9,5	2,0
V. de familiares o amigos	7.604	13,4	1,1	1.724	12,7	8,1
Vivienda Alquilada	5.389	9,5	15,9	1.739	12,8	13,8
Otros Alojamientos	3.386	6,0	4,5	421	3,1	-10,5
Sin especificar	96	0,2	-	2	0,0	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Las llegadas por vía aérea son las que más se recuperan respecto a 2010 (un 9,7%), dada la vuelta a la normalidad del espacio aéreo europeo, tras la nube del volcán islandés del año anterior, y la mayor afluencia a destinos españoles de turistas británicos como consecuencia de la llamada primavera árabe.

Las CBC transportaron 13 millones de pasajeros.

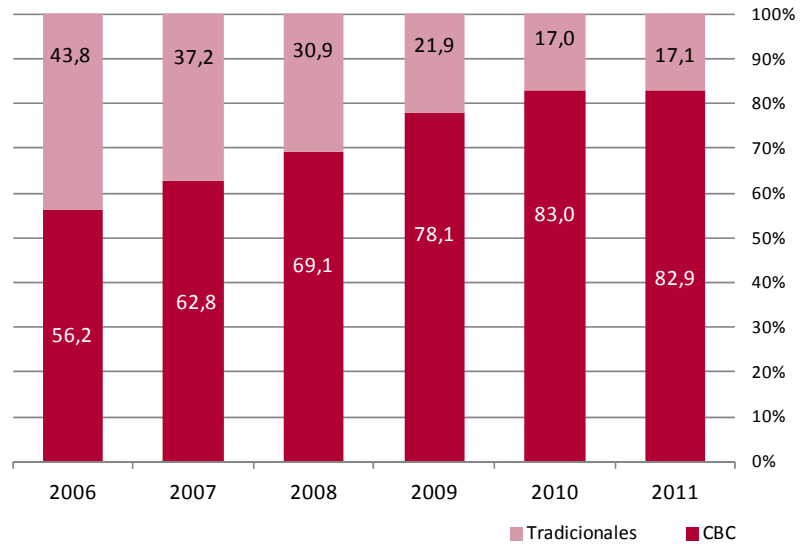
El grado de uso de las CBC mantuvo prácticamente el mismo nivel que en 2010, transportando más de 13 millones de pasajeros. Su evolución fue positiva, explicando gran parte de la subida de esta vía de

acceso, con 1,1 millones de pasajeros más que en 2010.

Llegadas a España de pasajeros en vuelos del Reino Unido según tipo de compañía

% sobre el total

Años 2006–2011



Fuente: IET, a partir de información de Aena.

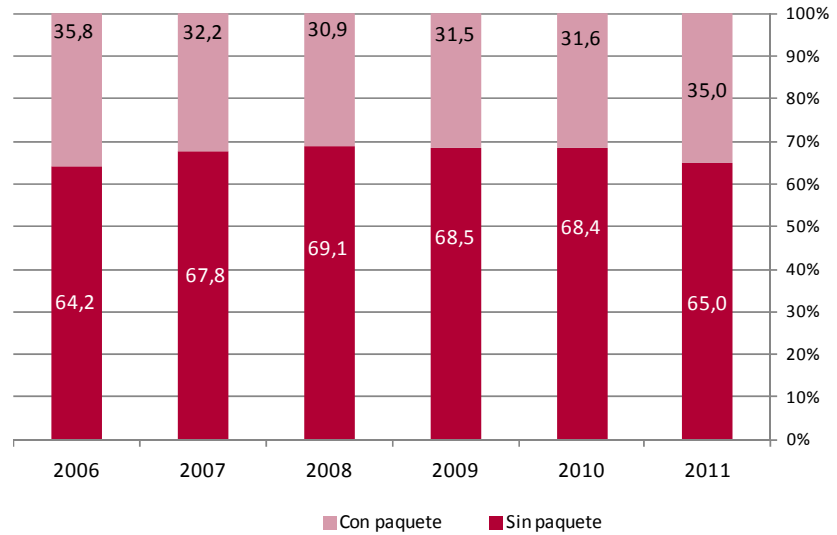
Los turistas británicos acuden a España mayoritariamente sin contratar paquete turístico, aunque esta modalidad de viaje ha perdido peso en los últimos años, especialmente en 2011, donde se ha vuelto a un nivel cercano a 2006. Esto se ha debido al fuerte incremento protagonizado por el paquete turístico, que ha contado con 830 mil turistas más, hecho muy relacionado con el desvío de turistas británicos del norte de África.

Turistas procedentes del Reino Unido según la forma de organización del viaje

% sobre el total

Años 2006-2011

El porcentaje de británicos que no contrataron paquete ascendió al 65%.



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Canarias, principal destino, concentró casi toda la subida.

Canarias fue el destino preferido por el mercado británico y el que concentró la mayor parte de la subida del año, le siguió muy de cerca Baleares, que también se incrementó, concentrando entre los dos prácticamente la mitad de las llegadas. Todos los demás destinos principales recibieron más turistas británicos, excepto Cataluña, que permaneció estable.

Turistas procedentes del Reino Unido según comunidad autónoma de destino

Número de turistas en miles, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Total			Reino Unido		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	13.611	100,0	9,4
Canarias	10.188	18,0	18,3	3.535	26,0	15,5
Baleares	10.099	17,8	9,8	2.959	21,7	8,0
Andalucía	7.885	13,9	6,0	2.485	18,3	8,9
C. Valenciana	5.383	9,5	7,2	2.188	16,1	10,5
Cataluña	13.768	24,3	4,7	1.284	9,4	0,3
Madrid	4.606	8,1	-0,6	423	3,1	12,4
Resto de CCAA	4.765	8,4	3,3	736	5,4	2,3

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Canarias recibió un mayor volumen de gasto que en 2010.

Los dos archipiélagos reciben una parte importante del gasto turístico realizado por este mercado, con evoluciones dispares respecto a 2010. Mientras Canarias se incrementa un 9,2% (en menor medida que las llegadas), Baleares desciende un 1%, lo que trae consigo sendos descensos en el gasto medio por persona. Los gastos medios por persona más elevados se dieron en Andalucía y Baleares, superando en ambos casos los 800 euros.

**Gasto de los turistas procedentes del Reino Unido
según comunidad autónoma de destino**

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. Euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	10.376,9	100%	2,1
Canarias	2.745,0	26,5%	9,2
Balears (Illes)	2.395,2	23,1%	-1,0
Andalucía	2.029,0	19,6%	-0,4
C. Valenciana	1.350,5	13,0%	-5,6
Cataluña	933,0	9,0%	2,2
Madrid (C. de)	306,2	3,0%	24,6

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio diario de los turistas llegados a Canarias descendió un 1,3%, al igual que el recibido por Baleares (-9,7%). Entre los demás destinos destacaron Cataluña y la Comunidad de Madrid, donde se incrementaron tanto el gasto medio por persona como el gasto medio diario.

Más de la mitad del gasto medio diario de los británicos (43,7 euros) se realizó durante su estancia en España.

Gasto de los turistas procedentes del Reino Unido según comunidad autónoma de destino

Gasto medio en euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

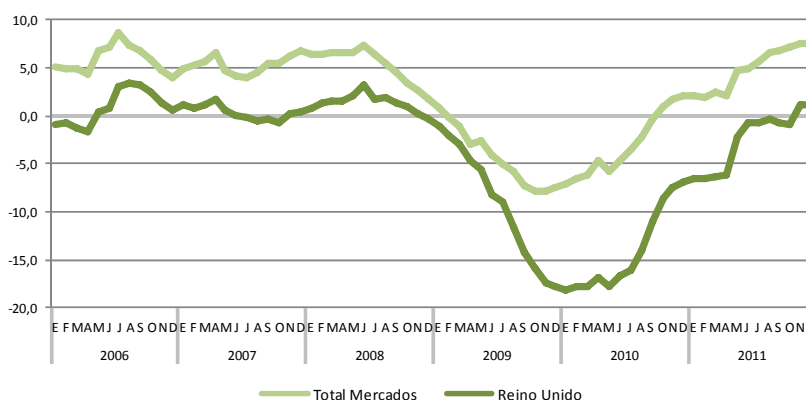
Gasto medio total	Gasto medio Reino Unido			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6
Andalucía	1.024,7	-2,6	90,0	1,0
Balears (Illes)	937,2	-1,7	107,9	-1,4
Canarias	993,3	-4,4	100,2	1,0
Cataluña	823,2	2,3	112,0	14,3
Madrid (C. de)	1.176,9	6,7	157,8	5,4
C. Valenciana	849,5	1,4	71,3	6,4

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto total de los turistas británicos comienza a reducirse a mediados de 2008, con tasas de variación negativas cada vez más altas. En 2010 se invierte esta tendencia, registrándose incluso crecimientos a finales de 2011.

Evolución del gasto total de turistas del Reino Unido y total mercados

% variación interanual media
Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

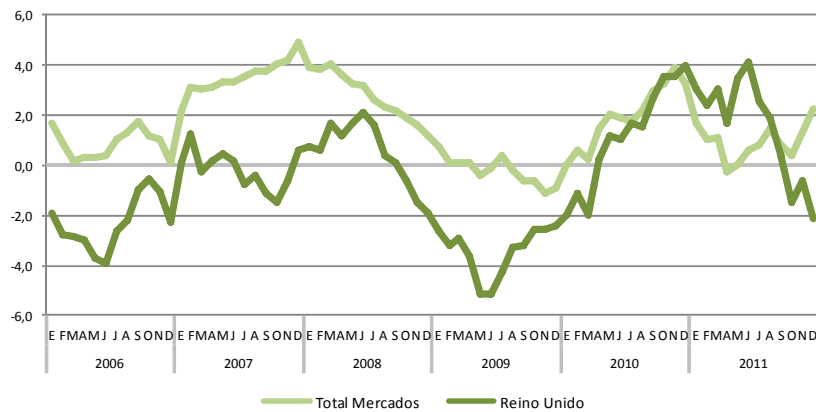
El gasto medio diario tiene más altibajos; a finales de 2008 se empiezan a dar descensos en este indicador de gasto, que cada vez son menos intensos, hasta

alcanzar tasas de variación positivas en el primer semestre de 2010. Esta tendencia se rompió y se vuelve a la senda del descenso a finales de 2011.

Evolución del gasto medio diario de turistas del Reino Unido y total mercados

% variación interanual media

Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2.2. Alemania

Alemania protagoniza una subida del 2,5% en volumen de llegadas.

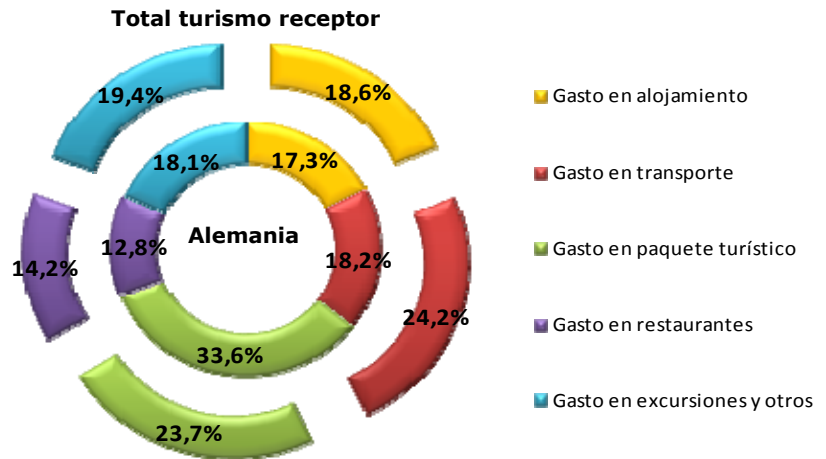
Alemania abandona en 2011 la senda del descenso de años anteriores, protagonizando una subida del 2,5%. Esto supone sobrepasar los 9 millones de turistas, cifra ligeramente superior a la alcanzada en 2009. El gasto total desembolsado por estos turistas ascendió a 8.669 millones de euros, un 2,1% más que en 2010, lo que hace que el gasto medio por persona permanezca estable. El gasto medio diario creció un 1,3%, acompañado del descenso sufrido por la estancia media.

El paquete turístico tuvo mucho peso en el presupuesto del viaje de los turistas alemanes (33,6%), dado el elevado porcentaje de turistas que

eligieron esta modalidad de viaje (45%). El gasto en transporte y el gasto en alojamiento representaron entre el 17% y el 18% del gasto de este mercado, mismo peso que tuvieron las excursiones.

Distribución del gasto total de los turistas alemanes

% sobre el total
Año 2011



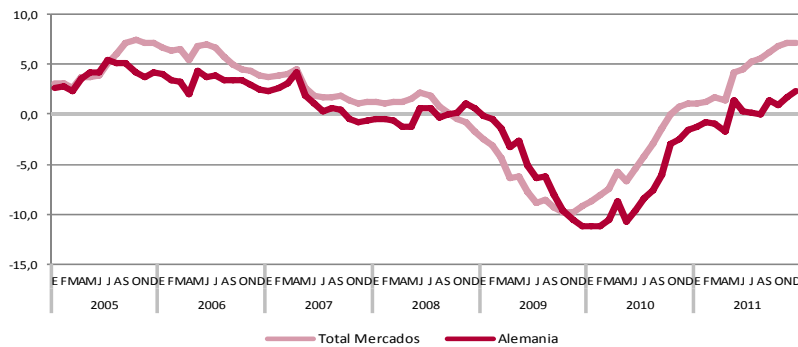
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2011 confirma la recuperación del mercado alemán.

La evolución del mercado alemán muestra altibajos desde 2007, alternando meses de subidas con meses de bajadas, aunque se perfila una tendencia decreciente. Estos descensos se acentúan a partir de 2009, donde se alcanzan caídas de dos dígitos, que se suavizan en los primeros meses de 2010. Esta favorable evolución se confirma en 2011, donde se registra la primera subida en 5 años.

Evolución de las entradas de turistas de Alemania y total mercados

% variación interanual media. Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El alojamiento hotelero creció un 3,9%.

Los hoteles y similares fueron el tipo de alojamiento preferido de los alemanes, alcanzando un peso seis puntos superior a la media nacional (70% frente a 64%). Su evolución fue positiva (3,9%) frente al leve descenso experimentado por el alojamiento no hotelero. Entre este último destacó la vivienda alquilada, que protagonizó un crecimiento del 14,1%.

La estancia media del mercado alemán rondó los diez días, un día más que el total de los turistas que nos visitaron. Esta cifra se ha reducido en los últimos años.

Turistas procedentes de Alemania según tipo de alojamiento utilizado

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Alemania		
	Turistas	%Vtcal	%Var.	Turistas	%Vtcal	%Var.
TOTAL	56.694	100	7,6	9.031	100	2,5
Hoteles y similares	36.173	63,8	9,5	6.324	70,0	3,9
Alojamiento extrahotelero	20.426	36,0	5,4	2.704	29,9	-0,6
Vivienda en propiedad	4.047	7,1	2,1	805	8,9	3,8
V. de familiares o amigos	7.604	13,4	1,1	762	8,4	-12,6
Vivienda Alquilada	5.389	9,5	15,9	718	7,9	14,1
Otros Alojamientos	3.386	6,0	4,5	419	4,6	-5,3
Sin especificar	96	0,2	-	3	0,0	-

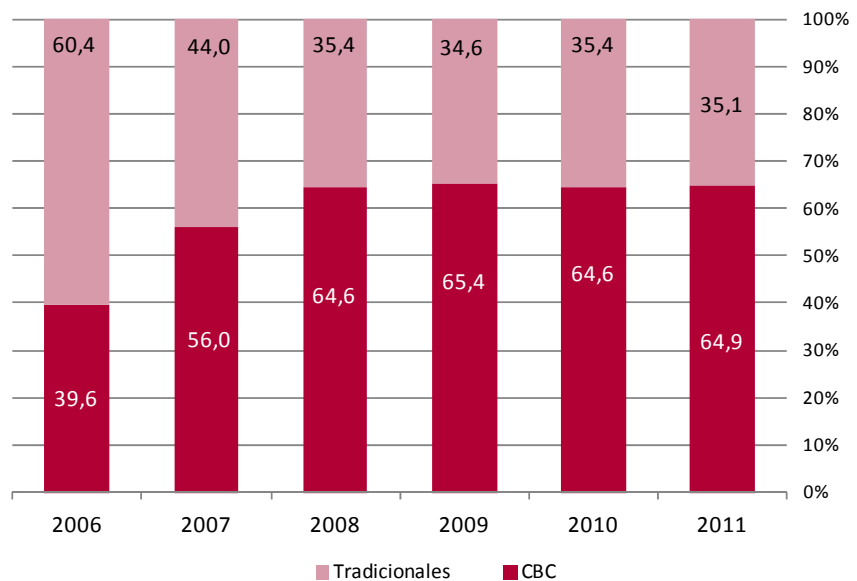
Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Las llegadas por avión se incrementaron un 2,9%.

El avión, medio de transporte más utilizado por los turistas alemanes, registró este año un incremento (2,9%), tras dos años consecutivos de descensos. La carretera, con menos entidad, protagonizó una caída del 0,8%. Entre las llegadas por vía aérea, las compañías de bajo coste tuvieron gran protagonismo, con cerca del 65% de los desplazamientos a sus espaldas. Su evolución respecto a 2010 ha sido positiva, al igual que la correspondiente a las compañías tradicionales.

Llegadas a España de pasajeros en vuelos de Alemania según tipo de compañía

% sobre el total
Años 2006-2011



Fuente: IET, a partir de información de Aena.

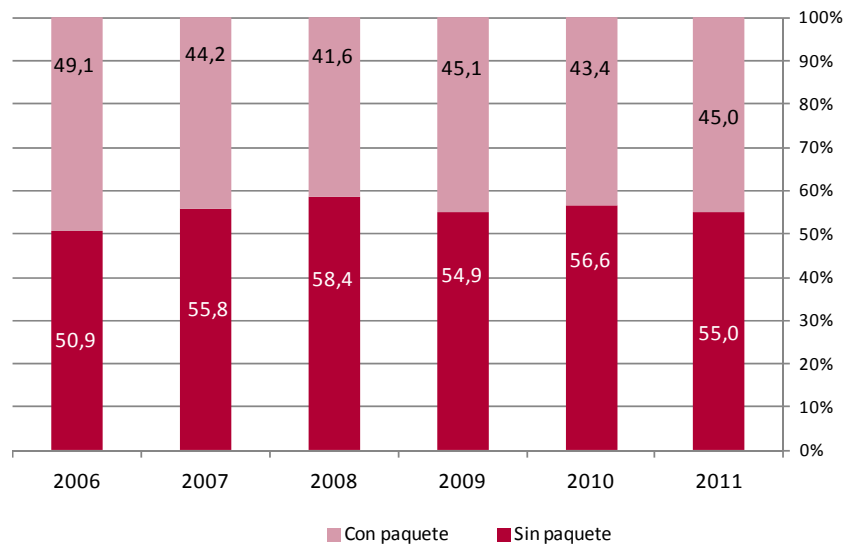
La contratación del paquete turístico alcanzó entre los turistas alemanes un peso superior al mostrado por el resto de turistas internacionales (un 45% frente al 31%). Además, en 2011 esta modalidad de viaje registró un crecimiento del 6,2%, tras siete años consecutivos de descensos. Los turistas que optaron por formas de viaje menos organizadas siguieron una

evolución contraria, tras varios años de subidas, interrumpidas en 2009 con un importante descenso del 16,6%, mantienen en 2011 prácticamente la misma cifra que el año anterior.

Turistas procedentes de Alemania según la forma de organización del viaje

% sobre el total
Años 2006-2011

El peso del paquete turístico volvió a niveles de 2009.



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Canarias aglutinó la mayor parte de la subida del año.

El destino por excelencia de los turistas alemanes, Baleares, creció un 2,5% respecto a 2010, si bien, ha sido Canarias, su segundo destino, el que ha concentrado la mayor parte de la subida registrada por este mercado en 2011, recibiendo 244 mil turistas más. En el caso de Baleares, este incremento confirma la recuperación de este destino, tras la caída del 11,1% registrada en 2009, mientras en Canarias se acentúa la senda del crecimiento iniciada en 2010, tras tres años consecutivos de descensos.

Turistas procedentes de Alemania según comunidad autónoma de destino.

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Alemania		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	9.031	100,0	2,5
Baleares	10.099	17,8	9,8	3.690	40,9	2,5
Canarias	10.188	18,0	18,3	2.477	27,4	11,0
Cataluña	13.768	24,3	4,7	1.032	11,4	1,4
Andalucía	7.885	13,9	6,0	836	9,3	-2,8
C. Valenciana	5.383	9,5	7,2	438	4,9	-11,8
Madrid	4.606	8,1	-0,6	271	3,0	-18,5
Resto de CCAA	4.765	8,4	3,3	288	3,2	4,1

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Cerca del 38% del gasto turístico de los alemanes se realizó en Baleares y aproximadamente el 30% en Canarias, lo que da más presencia a esta última comunidad en perjuicio de la primera, si se compara con las llegadas. Esto hace que el gasto medio por persona de Canarias (1.048 euros) supere al de Baleares (887 euros). La evolución del gasto total de ambos destinos respecto a 2010 ha sido positiva, si bien el incremento en el volumen de llegadas ha sido superior, por lo que el gasto medio por persona ha caído en los dos casos.

Gasto de los turistas procedentes de Alemania según comunidad autónoma de destino

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. Euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	8.668,7	100%	2,1
Baleares (Illes)	3.273,7	37,8%	1,7
Canarias	2.596,1	29,9%	3,7
Andalucía	936,7	10,8%	-2,5
Cataluña	894,0	10,3%	5,9
C. Valenciana	434,1	5,0%	-1,5
Madrid (C. de)	231,6	2,7%	-13,3

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Todas las comunidades principales, excepto Canarias y Baleares, incrementaron su gasto medio diario.

Al contrario de lo sucedido en el gasto medio por persona, el gasto medio diario fue cerca de nueve euros inferior a la media, acompañado por la mayor estancia media propia del mercado alemán. Su evolución ha sido positiva en todas las comunidades principales excepto en Canarias y Baleares, donde se han registrado sendos descensos del 2,7% y del 1,7%, hasta llegar a los 95 euros y 104 euros, respectivamente.

Cerca del 51% del gasto medio diario de los alemanes se realizó en origen, 47,7 euros frente a los 45,4 euros gastados en destino.

Gasto de los turistas procedentes de Alemania según comunidad autónoma de destino

Gasto medio en euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

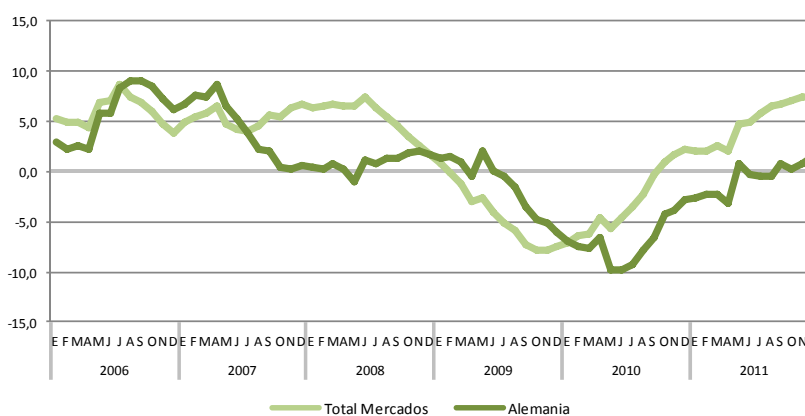
	Gasto medio total				Gasto medio Alemania			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	960,3	-0,3	93,2	1,3
Andalucía	1.024,7	-2,6	90,0	1,0	1.121,6	0,4	85,3	11,2
Canarias	993,3	-4,4	100,2	1,0	1.048,1	-6,5	94,9	-2,7
C. Valenciana	849,5	1,4	71,3	6,4	992,3	11,9	57,6	1,1
Balears (Illes)	937,2	-1,7	107,9	-1,4	887,3	-0,8	103,8	-1,7
Cataluña	823,2	2,3	112,0	14,3	868,0	4,4	87,2	10,1
Madrid (C. de)	1.176,9	6,7	157,8	5,4	857,5	6,4	128,7	6,7

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Alemania vuelve en 2011 a los niveles de crecimiento de 2005, tras casi dos años de caídas en el gasto total realizado.

Evolución del gasto total de turistas de Alemania y total mercados

% variación interanual media
Años 2006-2011



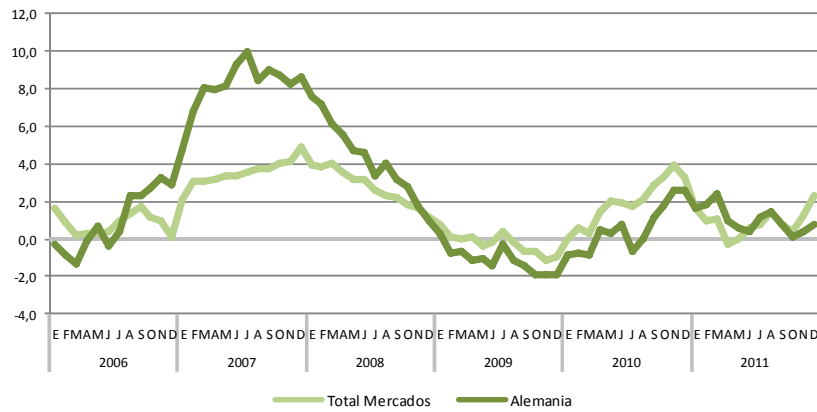
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

La variación interanual media del gasto medio diario oscila entre el +/- 2% entre 2009 y 2011, tras las subidas en torno al 10% alcanzadas en 2007.

Evolución del gasto medio diario de turistas de Alemania y total mercados

% variación interanual media

Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2.3. Francia

Los visitantes franceses crecieron en 2011.

En 2011 visitaron España cerca de 8,5 millones de turistas franceses, un 4,6% más que el año anterior. Además, se recibieron 24,2 millones de excursionistas, es decir, visitantes que no realizaron ninguna pernoctación en el destino, colectivo bastante numeroso por la condición de país limítrofe con España que tiene este mercado. Su evolución fue positiva, tras el descenso registrado en 2010. A nivel global, estos excursionistas representaron el 56% del total de los llegados a España.

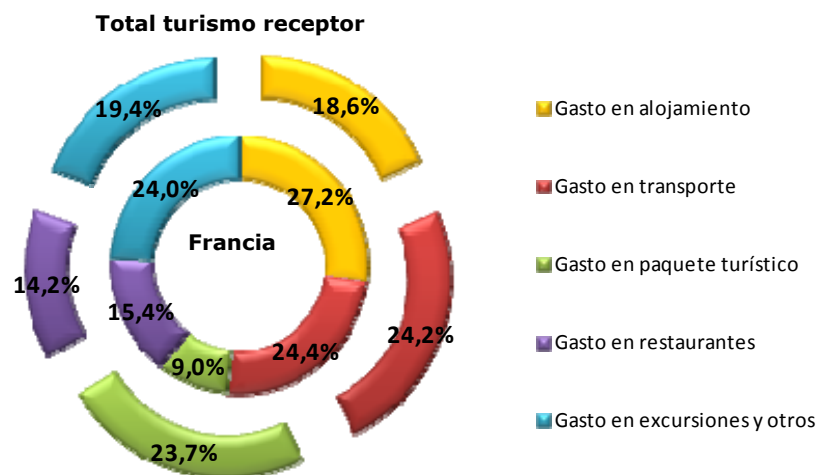
El gasto total realizado por los turistas franceses ascendió a 5.397 millones de euros, cifra un 10,1% superior a la alcanzada en 2010. El gasto medio por persona, 638,5 euros, creció un 4,9% y el gasto medio diario, 82,5 euros, se incrementó un 8,1%. La partida de gasto más relevante fue el alojamiento, que

representó el 27,2% del presupuesto total del viaje de los franceses, las excursiones y otros estuvieron al mismo nivel que el transporte (24%), dada la cercanía del mercado con España. El paquete turístico tuvo un peso residual (9%).

Distribución del gasto total de los turistas franceses

% sobre el total

Año 2011

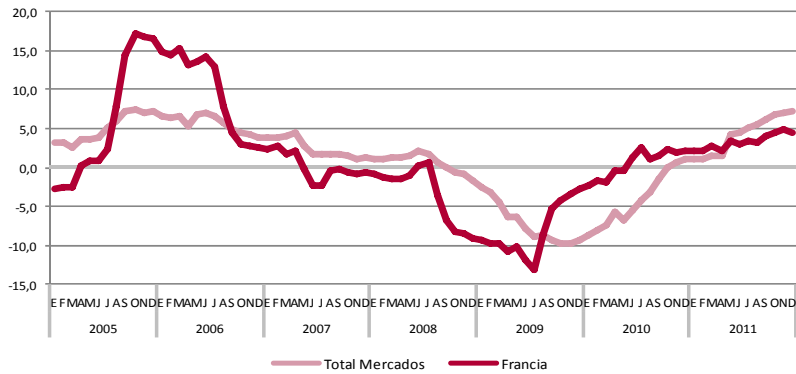


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

La evolución del mercado francés en los últimos años, pone de manifiesto una desaceleración en el ritmo de crecimiento desde finales de 2005, lo que se tradujo en un leve descenso en el número de llegadas en 2007 y en caídas más importantes a partir de 2008. Esta desfavorable evolución cambió a mediados de 2009, alcanzando incluso cifras positivas en 2010. En 2011 se confirma la recuperación, aumentando el ritmo de crecimiento del año anterior.

Evolución de las entradas de turistas de Francia y total mercados

% variación interanual media
Años 2005-2011



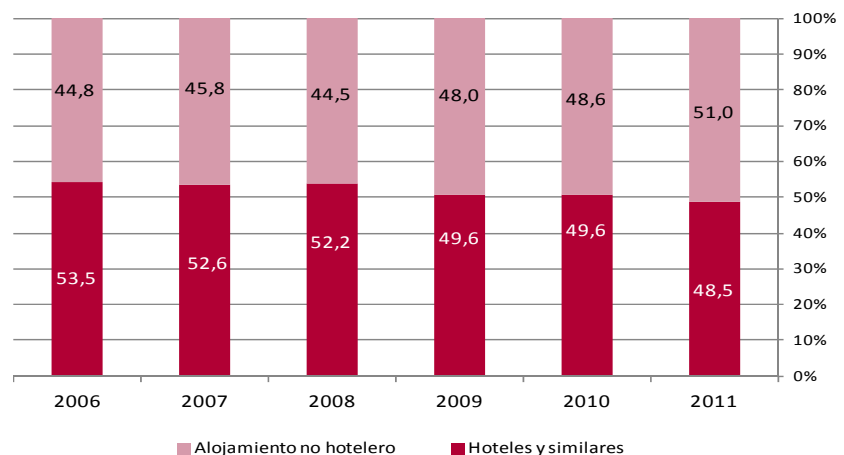
Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El alojamiento no hotelero se incrementó en mayor medida que el hotelero.

El nivel de uso de ambas modalidades de alojamiento, hotelero y no hotelero, fue muy similar, si bien el primero de ellos ha ido perdiendo peso paulatinamente a lo largo de los últimos años. Respecto a 2010, tanto los turistas que optaron por los hoteles como los que acudieron a otro tipo de alojamientos protagonizaron subidas, aunque fueron más marcadas las de estos últimos (9,8%).

Turistas de Francia según tipo de alojamiento utilizado

% sobre el total
Años 2006-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Dentro del alojamiento no hotelero, la vivienda de familiares o amigos fue la más demanda, seguida por el conjunto "otros alojamientos", que engloba las casas rurales, los campings, etc. En términos de evolución, fue la vivienda alquilada la que más se incrementó. La vivienda de familiares o amigos también evolucionó de manera positiva, rompiendo con el descenso registrado en 2010.

La estancia media de los franceses fue inferior a la media, permaneciendo en nuestro país un día y medio menos que los demás mercados. Respecto a 2010, esta cifra se ha reducido un 3%.

Turistas procedentes de Francia según tipo de alojamiento utilizado.

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Francia		
	Turistas	%Vtcal	%Var.	Turistas	%Vtcal	%Var.
TOTAL	56.694	100	7,6	8.498	100	4,6
Hoteles y similares	36.173	63,8	9,5	4.118	48,5	2,3
Alojamiento extrahotelero	20.426	36,0	5,4	4.335	51,0	9,8
Vivienda en propiedad	4.047	7,1	2,1	502	5,9	-11,3
V. de familiares o amigos	7.604	13,4	1,1	1.739	20,5	10,2
Vivienda Alquilada	5.389	9,5	15,9	845	9,9	36,4
Otros Alojamientos	3.386	6,0	4,5	1.249	14,7	5,5
Sin especificar	96	0,2	-	45	0,5	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El aeropuerto creció en 2011 de manera importante.

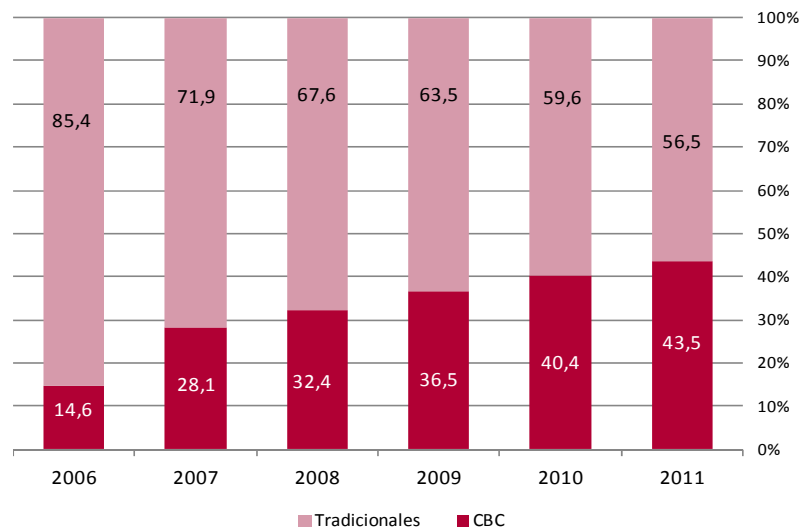
La carretera, principal vía de acceso de este mercado, creció levemente este año, sin embargo, el aeropuerto, elegido por el 30% de los turistas, registró una importante subida del 16,3%, tras dos años consecutivos de descensos.

Las compañías de bajo coste continuaron ganando terreno a las tradicionales, representando en 2011 el 43,5% del total de las llegadas procedentes de Francia. Sin embargo, el nivel de penetración de estas compañías en este mercado es todavía bastante inferior al resto, pues en mercados como el británico, el 83% de los pasajeros que viajaron a España lo hicieron en alguna compañía de este tipo. Respecto a 2010, tanto las CBC como las compañías tradicionales transportaron más pasajeros.

Llegadas a España de pasajeros en vuelos de Francia según tipo de compañía

% sobre el total

Años 2006-2011



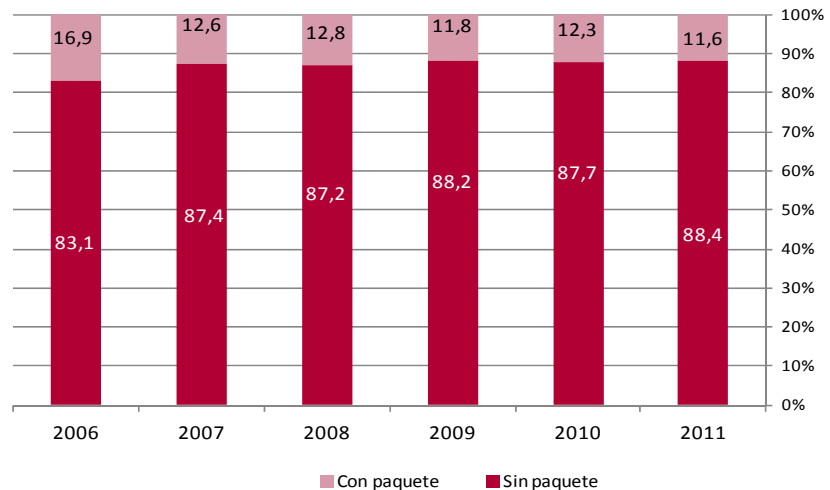
Fuente: IET, a partir de información de Aena.

El paquete turístico, tradicionalmente poco utilizado entre los turistas franceses que nos visitan, retrocede levemente en 2011, si bien, las formas de viaje menos organizadas ganan más de 407 mil turistas, lo que ha supuesto afianzar el crecimiento iniciado por esta modalidad de viaje en 2010, tras dos años de resultados negativos.

Turistas procedentes de Francia según la forma de organización del viaje

% sobre el total

Años 2006-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Cataluña retrocedió en 2011 un 2%.

El destino más visitado por los franceses, Cataluña, presentó en 2011 un retroceso del 2%, tras el crecimiento del 3,9% registrado en 2010. Entre los demás destinos principales destacaron Andalucía, Baleares y Canarias, por su favorable evolución respecto a 2010. Entre el resto de comunidades autónomas tuvo una especial relevancia el País Vasco, que con el 6% de las llegadas protagonizó un incremento del 14%.

Turistas procedentes de Francia según comunidad autónoma de destino

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Francia		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	8.498	100,0	4,6
Cataluña	13.768	24,3	4,7	3.841	45,2	-2,0
Andalucía	7.885	13,9	6,0	1.014	11,9	12,7
Madrid	4.606	8,1	-0,6	651	7,7	-8,1
C. Valenciana	5.383	9,5	7,2	601	7,1	-6,6
Baleares	10.099	17,8	9,8	438	5,2	33,7
Canarias	10.188	18,0	18,3	252	3,0	77,3
Resto de CCAA	4.765	8,4	3,3	1.700	20,0	14,7

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Los turistas franceses fueron responsables del 10% del gasto turístico total realizado en España, lo que ascendió a 5.397 millones de euros. En 2011 este gasto se ha incrementado un 10,1%, concentrando Canarias y Baleares la mayor parte de la subida. Sin embargo, la primera de ellas presentó un descenso en el gasto medio por persona, frente al crecimiento registrado por Baleares. Ambas comunidades recibieron un gasto medio por persona superior a mil euros. Cataluña, principal destino de los franceses, vio incrementado su gasto medio por persona, el más bajo de los recibidos en España, un 3,5%.

Gasto de los turistas procedentes de Francia según comunidad autónoma de destino

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. Euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	5.397,3	100%	10,1
Cataluña	2.082,9	38,6%	2,0
Andalucía	819,9	15,2%	15,6
C. Valenciana	489,6	9,1%	2,2
Madrid (C. de)	395,2	7,3%	-10,6
Balears (Illes)	438,4	8,1%	36,6
Canarias	288,2	5,3%	73,3

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio diario de los turistas franceses creció en 2011 un 8,1%, favorecido por el incremento del gasto medio por persona y la disminución de la estancia media. Todas las comunidades principales mostraron crecimientos, excepto Canarias y Andalucía.

Cabe subrayar que, en el caso francés más del 76% del gasto medio diario tuvo lugar en destino, lo que se tradujo en un total de 82,5 euros por turista.

Gasto de los turistas procedentes de Francia según comunidad autónoma de destino

Gasto medio en euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto medio total				Gasto medio Francia			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	638,5	4,9	82,5	8,1
Canarias	993,3	-4,4	100,2	1,0	1.145,1	-2,4	111,6	-3,3
Balears (Illes)	937,2	-1,7	107,9	-1,4	1.001,1	2,6	104,3	4,4
C. Valenciana	849,5	1,4	71,3	6,4	821,4	9,9	59,3	9,5
Andalucía	1.024,7	-2,6	90,0	1,0	811,3	3,0	84,7	-1,0
Madrid (C. de)	1.176,9	6,7	157,8	5,4	613,9	-3,8	111,3	1,7
Cataluña	823,2	2,3	112,0	14,3	545,4	3,5	77,6	10,9

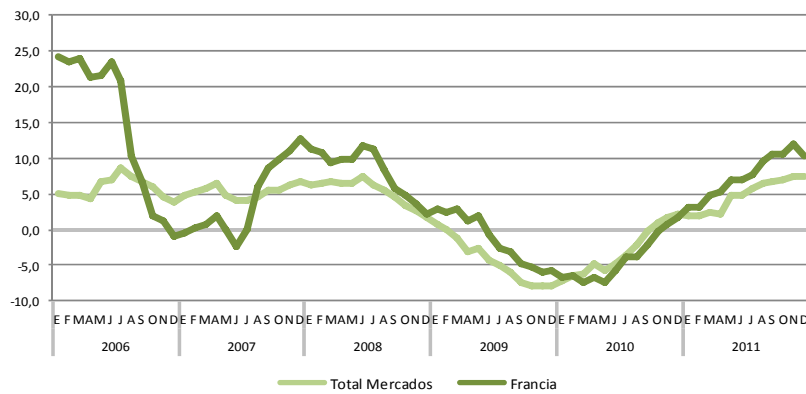
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Canarias recibe el mayor gasto medio por persona del mercado francés.

El mercado francés vuelve en 2011 a los niveles de crecimiento del gasto total de finales de 2007 y principios de 2008, tras el regreso a la senda del crecimiento de comienzos de 2010.

Evolución del gasto total de turistas de Francia y total mercados

% variación interanual media
Años 2006-2011

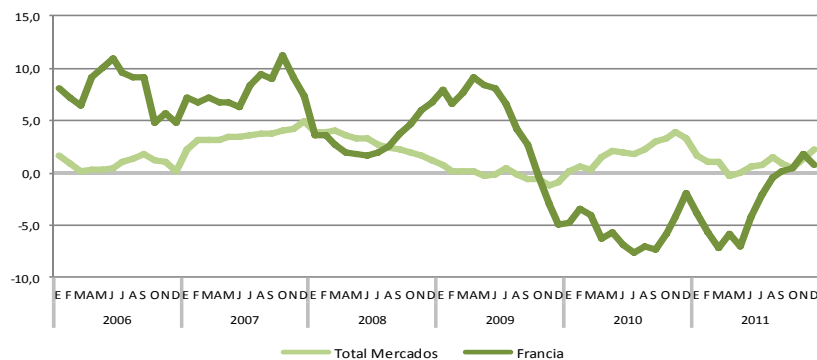


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio diario de los turistas franceses sufre altibajos aunque muestra una tendencia general decreciente, que parece frenarse a partir de 2010.

Evolución del gasto medio diario de turistas de Francia y total mercados

% variación interanual media
Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2.4. Países Nórdicos

Los turistas nórdicos avanzaron un 8,7% respecto a 2010.

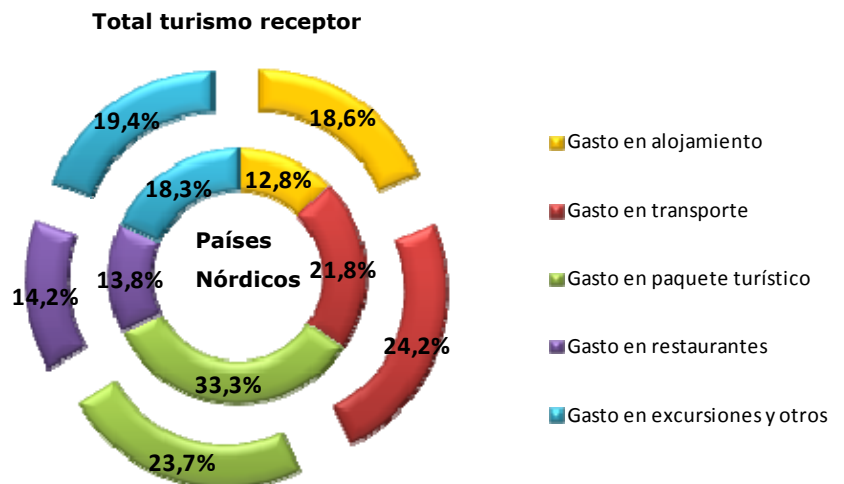
El conjunto de los países nórdicos emitieron cerca de cuatro millones de turistas con destino a España, un 8,7% más que en 2010. El gasto turístico realizado por los mismos ascendió a 4.595 millones de euros, cifra un 12,8% superior a la alcanzada en 2010. Esto ha traído consigo un mayor gasto medio por persona, que alcanzó los 1.183 euros. El gasto medio diario, 119,6 euros, también presentó una subida respecto a 2010 (5,9%). Ambos gastos medios fueron los más altos de los mercados principales.

El paquete turístico tuvo más protagonismo en el presupuesto del viaje de los nórdicos que a nivel global (33,3%). Le siguió el transporte, que representó el 21,8% del gasto turístico realizado. El alojamiento fue la partida que menos peso tuvo (13%), dada la presencia que el paquete turístico tuvo en estos viajes.

Distribución del gasto total de los turistas nórdicos

% sobre el total

Año 2011



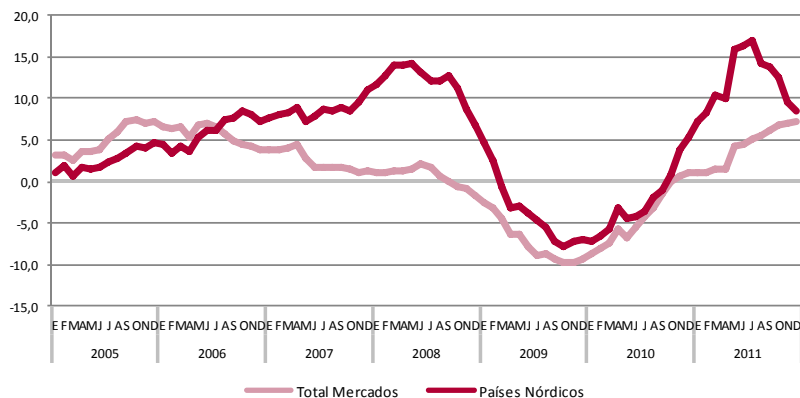
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Este mercado acude en menor medida en la época estival.

Una particularidad del mercado nórdico es su menor afluencia en la época estival, en comparación con el resto de mercados. En 2011, el 25,4% de los turistas nórdicos visitaron España entre julio y septiembre, frente al 37% de la media.

Los países nórdicos muestran una evolución positiva, que se ve interrumpida en 2009, con un retroceso del 7,2%. Las subidas de 2010 y 2011 confirman la vuelta a la senda del crecimiento de este conjunto de mercados.

Evolución de las entradas de turistas de los Países Nórdicos y total mercados
% variación interanual media
Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El alojamiento no hotelero mostró un descenso.

Los hoteles concentraron a cerca del 70% de los turistas nórdicos que visitaron España. Su evolución respecto a 2010 ha sido positiva, protagonizando un importante crecimiento del 13,9%, frente al descenso del 1,4% llevado a cabo por los turistas que optan por otro tipo de alojamientos. Entre estos últimos se observan subidas tanto en la vivienda propia como en la vivienda alquilada.

La estancia media de los nórdicos (9,9 días) resultó ligeramente superior a la media, protagonizando un descenso del 2% respecto a 2010. El número de noches que estos turistas permanecieron en los hoteles rondó las siete noches.

Turistas procedentes de los Países Nórdicos según tipo de alojamiento utilizado

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Países Nórdicos		
	Turistas	%Vtcal	%Var.	Turistas	%Vtcal	%Var.
TOTAL	56.694	100	7,6	3.886	100	8,7
Hoteles y similares	36.173	63,8	9,5	2.705	69,6	13,9
Alojamiento extrahotelero	20.426	36,0	5,4	1.181	30,4	-1,4
Vivienda en propiedad	4.047	7,1	2,1	286	7,4	5,9
V. de familiares o amigos	7.604	13,4	1,1	427	11,0	-7,0
Vivienda Alquilada	5.389	9,5	15,9	371	9,5	3,4
Otros Alojamientos	3.386	6,0	4,5	98	2,5	-11,4
Sin especificar	96	0,2	-	0	0,0	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

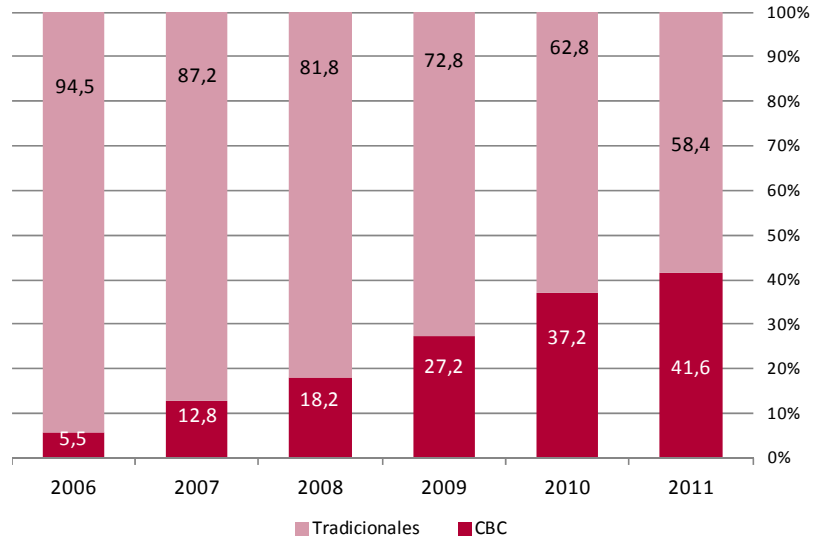
La práctica totalidad de los nórdicos optaron por el avión para sus viajes a España, vía de acceso que protagonizó un importante crecimiento del 9,8%. Las compañías aéreas de bajo coste, con menor presencia que en otros mercados, han ganado peso a las tradicionales a pasos agigantados, representando en 2011 el 41,6% de las llegadas procedentes de este conjunto de países.

Llegadas a España de pasajeros en vuelos de los Países Nórdicos según tipo de compañía

% sobre el total

Años 2006–2011

Las CBC continuaron ganando peso frente a las tradicionales.

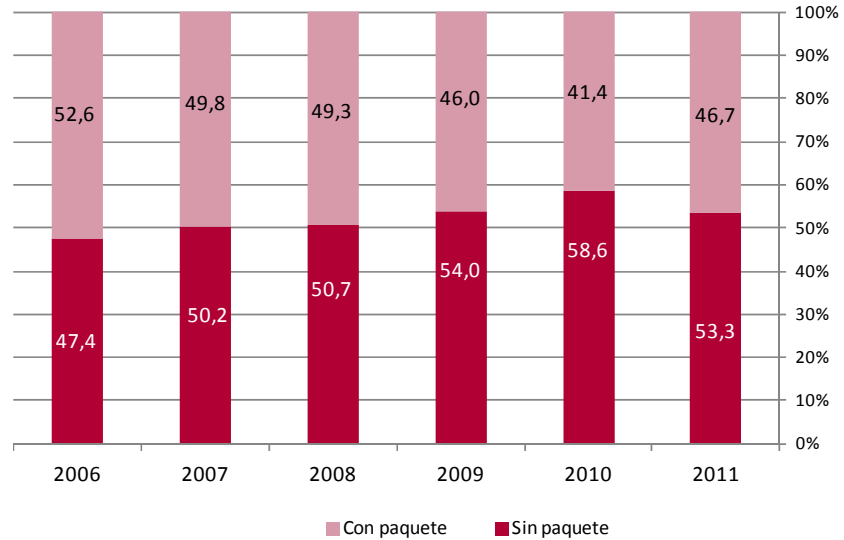


Fuente: IET, a partir de información de Aena.

Los nórdicos se caracterizan por contratar paquetes turísticos en mayor medida que el resto de mercados, si bien, esta forma de viaje ha ido perdiendo peso en los últimos años. En 2011 se ha dado la situación contraria, los turistas que han optado por esta forma de viaje se han incrementado un 22,7% frente al descenso del 1,1% registrado por el resto, lo que ha llevado al paquete turístico a recuperar peso, volviendo a un nivel superior al alcanzado en 2009. Este hecho está muy relacionado con el trasvase de turistas que la llamada primavera árabe ha generado con destino a España.

Turistas de los Países Nórdicos según la forma de organización del viaje

% sobre el total
Años 2006-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Canarias fue el primer destino de los nórdicos y el que más creció en 2011.

Canarias fue el destino más visitado por los turistas nórdicos en 2011, concentrando cerca del 40% de las llegadas, y el que más creció en valores absolutos respecto a 2010. Baleares y la Comunidad Valenciana también registraron importantes avances, del 14,4% y del 18,5%, respectivamente. Por el contrario, Cataluña y la Comunidad de Madrid recibieron menos turistas nórdicos que en 2010.

Turistas procedentes de los Países Nórdicos según comunidad autónoma de destino.

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Países Nórdicos		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	3.886	100,0	8,7
Canarias	10.188	18,0	18,3	1.512	38,9	24,6
Cataluña	13.768	24,3	4,7	589	15,2	-12,8
Baleares	10.099	17,8	9,8	586	15,1	14,4
Andalucía	7.885	13,9	6,0	567	14,6	3,8
C. Valenciana	5.383	9,5	7,2	430	11,1	18,5
Madrid	4.606	8,1	-0,6	109	2,8	-22,3
Resto de CCAA	4.765	8,4	3,3	93	2,4	-24,1

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto total de estos turistas ascendió a 4.595 millones de euros, lo que representó casi el 9% del realizado por la totalidad de los turistas. Canarias, principal comunidad receptora de gasto, presentó una importante subida del 20,8%, inferior a la registrada por las llegadas, lo que trajo consigo un descenso en su gasto medio por persona del 3,1%. No obstante, este gasto fue 220 euros superior al gasto medio por persona registrado por la totalidad de los mercados en Canarias.

Gasto de los turistas procedentes de países nórdicos según comunidad autónoma de destino

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. Euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	4.595,3	100%	12,8
Canarias	1.834,3	39,9%	20,8
Andalucía	814,3	17,7%	25,0
Cataluña	565,9	12,3%	-10,8
Baleares (Illes)	659,7	14,4%	12,9
C. Valenciana	496,4	10,8%	30,9
Madrid (C. de)	117,1	2,5%	-25,4

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Los turistas nórdicos efectuaron el mayor gasto medio por persona en Madrid.

El gasto medio diario de los turistas nórdicos creció en todas las comunidades principales excepto en la Comunidad de Madrid, que retrocedió un 4,5%. Esta comunidad registra en 2011 el mayor gasto medio diario, seguida por Cataluña.

En el caso nórdico, el gasto medio diario se realiza en origen en mayor proporción que en destino, así, estos turistas desembolsaron 66,3 euros en origen y 53,3 euros en destino.

Gasto de los turistas procedentes de países nórdicos según comunidad autónoma de destino

Gasto medio en euros, % vertical y % var. interanual

Año 2011

	Gasto medio total				Gasto medio Países Nórdicos			
	Por turista	% Var	Diario	% Var.	Por persona	% Var	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	1.183,2	3,8	119,6	5,9
Andalucía	1.024,7	-2,6	90,0	1,0	1.435,3	20,4	105,8	14,4
Canarias	993,3	-4,4	100,2	1,0	1.213,5	-3,1	125,5	7,1
C. Valenciana	849,5	1,4	71,3	6,4	1.154,9	10,6	88,8	9,1
Balears (Illes)	937,2	-1,7	107,9	-1,4	1.126,2	-1,5	134,8	3,5
Madrid (C. de)	1.176,9	6,7	157,8	5,4	1.077,5	-3,3	161,9	-4,5
Cataluña	823,2	2,3	112,0	14,3	962,8	2,7	144,2	9,8

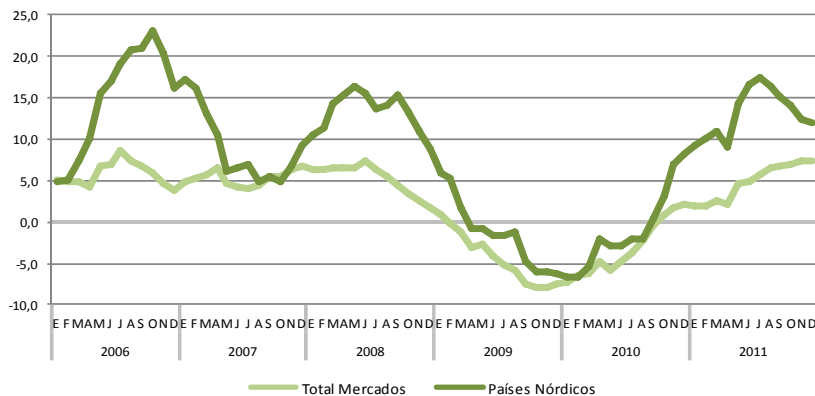
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto total de los turistas nórdicos abandona los crecimientos de dos dígitos y entra en la senda de las tasas de variación negativas a principios de 2009. A finales de este mismo año se da un punto de inflexión que lleva a este mercado a retroceder a tasas cada vez más bajas y volver a la senda del crecimiento a finales de 2010.

Evolución del gasto total de turistas de países nórdicos y total mercados

% variación interanual media

Años 2006-2011

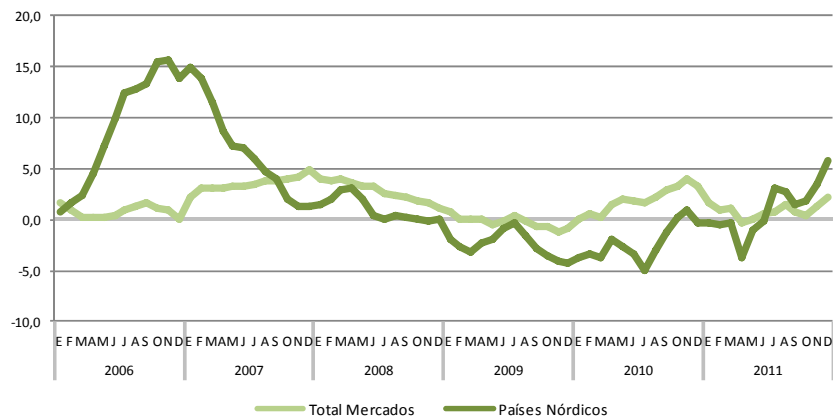


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio diario de este colectivo oscila entre el +/- 5% desde finales de 2007, tras haber protagonizado subidas de dos dígitos en 2006.

Evolución del gasto medio diario de turistas de países nórdicos y total mercados

% variación interanual media
Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2.5. Italia

España recibió 3,8 millones de turistas italianos.

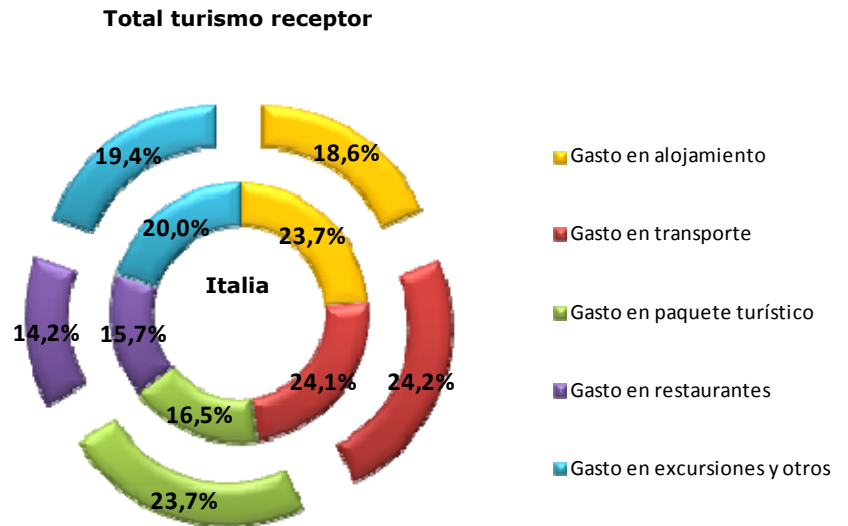
En 2011 visitaron España 3,8 millones de turistas, un 7,9% más que en 2010. Su gasto turístico ascendió a 2.940 millones de euros, cifra que también se incrementó respecto al año anterior, pero en menor medida, lo que trajo consigo un descenso en el gasto medio por persona del 5,1%. Sin embargo, el gasto medio diario mostró un avance del 2,6%, motivado por el descenso de la estancia media de estos turistas.

Analizando los componentes del gasto, se pone en evidencia el protagonismo del transporte en el presupuesto del viaje de estos turistas, que representó el 24,1% del total, seguido muy de cerca por el alojamiento. Esta estructura de gasto pone en

evidencia un nivel de uso del paquete turístico inferior al de otros mercados (16,5%).

Distribución del gasto total de los turistas italianos

% sobre el total
Año 2011



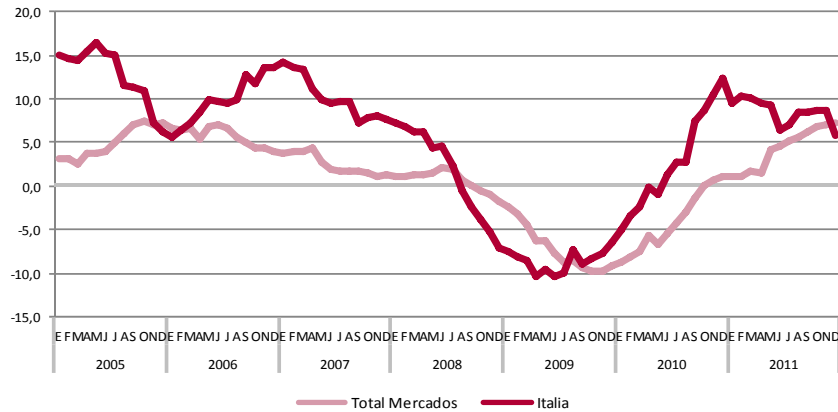
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Los turistas italianos muestran diferentes ritmos de crecimiento entre los años 2005 y 2007. A partir de este último año sus niveles de subida son cada vez más bajos, alcanzando cifras negativas a mediados de 2008. En la segunda mitad de 2009 se inicia la recuperación de este mercado, que en 2010 cerró con un importante crecimiento del 9,4%. En 2011 se mantiene esta tendencia, con una subida del 7,9%.

Evolución de las entradas de turistas de Italia y total mercados

% variación interanual media

Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

La vivienda alquilada creció de manera importante.

Los hoteles y similares, tipo de alojamiento más demandado por los italianos, concentró la mayor parte de la subida llevada a cabo por estos turistas en 2011 (155 mil turistas más). El alojamiento no hotelero también se incrementó (un 13,8%), especialmente la vivienda alquilada, que recibió cerca de 49 mil turistas más que en 2010.

La estancia media de estos turistas, 7,8 días, descendió un 7,5% respecto al año anterior, especialmente las noches pasadas en alojamiento no hotelero, un total de 13,3 días (3 días menos que en 2010).

Turistas procedentes de Italia según tipo de alojamiento utilizado

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Italia		
	Turistas	%Vtcal	%Var.	Turistas	%Vtcal	%Var.
TOTAL	56.694	100	7,6	3.767	100	7,9
Hoteles y similares	36.173	63,8	9,5	2.749	73,0	6,0
Alojamiento extrahotelero	20.426	36,0	5,4	1.017	27,0	13,8
Vivienda en propiedad	4.047	7,1	2,1	95	2,5	24,9
V. de familiares o amigos	7.604	13,4	1,1	434	11,5	3,7
Vivienda Alquilada	5.389	9,5	15,9	316	8,4	18,3
Otros Alojamientos	3.386	6,0	4,5	173	4,6	30,3
Sin especificar	96	0,2	-	0	0,0	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El avión protagonizó una importante subida por segundo año consecutivo.

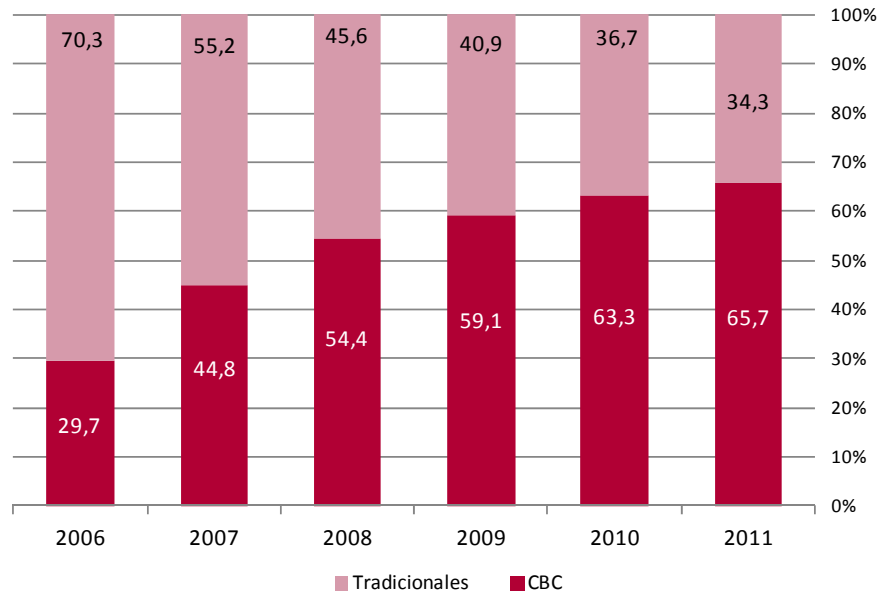
La vía aérea, con cerca del 83% de los turistas recibidos, protagonizó un importante avance del 8,2% por segundo año consecutivo. La carretera también se comportó de manera favorable durante 2011. Cabe mencionar la entidad que en este mercado tuvo la vía marítima, con aproximadamente el 10% de los turistas recibidos, un 6,9% más que en 2010. Esto se debe a la importancia que tienen los cruceros en este mercado.

Las compañías de bajo coste continuaron ganando presencia entre las llegadas aéreas procedentes de Italia, hasta alcanzar un peso cercano al 66%. Respecto a 2010 registraron un crecimiento del 15,2%, frente al ascenso del 3,5% de las compañías tradicionales.

Llegadas a España de pasajeros en vuelos de Italia según tipo de compañía

% sobre el total

Años 2006–2011



Fuente: IET, a partir de información de Aena.

Italia es uno de los mercados principales donde las formas de viaje menos organizadas tienen más peso. El 77,2% de los turistas italianos recibidos en España optaron por no contratar un paquete turístico en 2011, un 11,2% más que en 2010. Por el contrario, el paquete turístico retrocedió, en la línea de lo acontecido los años de atrás.

Cataluña, destino favorito de los italianos, se incrementó un 6,2%.

Cataluña fue el primer destino de los turistas italianos, con 1,2 millones de llegadas y un crecimiento del 6,2% respecto a 2010. Sin embargo, Canarias ha sido la comunidad donde más se ha dejado notar la mayor afluencia de turistas italianos registrada en 2011. Baleares y la Comunidad Valenciana también han presentado subidas importantes. Esta última rompe así con la tendencia decreciente de los años de atrás.

Turistas procedentes de Italia según comunidad autónoma de destino

Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual
Año 2011

	Total			Italia		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	3.767	100,0	7,9
Cataluña	13.768	24,3	4,7	1.248	33,1	6,2
Baleares	10.099	17,8	9,8	648	17,2	10,0
Madrid	4.606	8,1	-0,6	577	15,3	-10,6
Andalucía	7.885	13,9	6,0	437	11,6	11,7
C. Valenciana	5.383	9,5	7,2	324	8,6	19,1
Canarias	10.188	18,0	18,3	306	8,1	55,1
Resto de CCAA	4.765	8,4	3,3	228	6,0	2,9

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto turístico de los italianos creció este año un 2,4%, sin embargo su principal destino, Cataluña, recibió un menor gasto que en 2010, al igual que la Comunidad de Madrid. Las demás comunidades principales vieron incrementado el gasto, especialmente Canarias (37,3%). El gasto medio por persona se comportó de forma negativa en todas las comunidades principales, protagonizando un descenso del 10,3% en Cataluña. Esta última comunidad contó con uno de los gastos medios por persona más bajos entre las principales (640,6 euros) y Baleares con el más alto (1.021,9 euros).

Gasto de los turistas procedentes de Italia según comunidad autónoma de destino

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. Euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	2.940,1	100%	2,4
Cataluña	797,1	27,1%	-4,7
Balears (Illes)	662,2	22,5%	8,8
Madrid (C. de)	376,4	12,8%	-16,3
Andalucía	395,7	13,5%	8,0
Canarias	284,0	9,7%	37,3
C. Valenciana	200,0	6,8%	9,8

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto diario de los italianos crece un 2,6%.

El gasto medio diario se incrementó un 2,6%, lo que se dejó notar especialmente en Baleares y la Comunidad de Madrid, ambas con tasas de crecimiento superiores al 7%. Canarias, Andalucía y la Comunidad Valenciana vieron reducido este gasto respecto a 2010.

En el caso de Italia el gasto medio diario, 100,5 euros, se distribuyó de la siguiente forma: 39,2 euros en origen y 61,3 euros en destino.

Gasto de los turistas procedentes de Italia según comunidad autónoma de destino

Gasto medio en euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

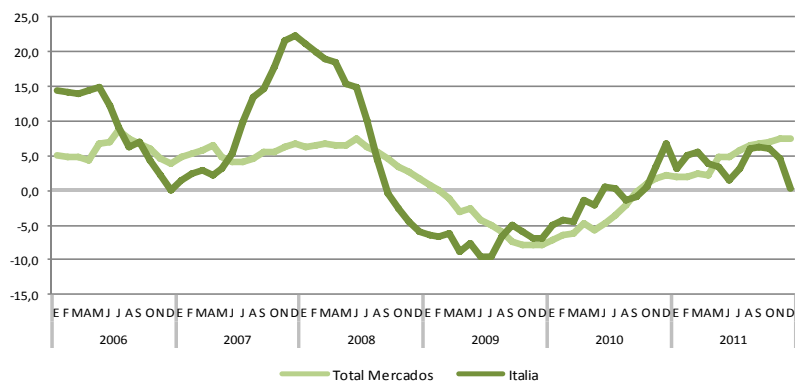
	Gasto medio total				Gasto medio Italia			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	781,5	-5,1	100,5	2,6
Balears (Illes)	937,2	-1,7	107,9	-1,4	1.021,9	-1,0	120,3	7,9
Canarias	993,3	-4,4	100,2	1,0	927,5	-11,4	88,9	-5,4
Andalucía	1.024,7	-2,6	90,0	1,0	906,1	-3,3	85,6	-0,9
Madrid (C. de)	1.176,9	6,7	157,8	5,4	653,3	-6,4	120,8	7,7
Cataluña	823,2	2,3	112,0	14,3	640,6	-10,3	100,3	3,6
C. Valenciana	849,5	1,4	71,3	6,4	618,3	-7,8	76,1	-1,1

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto total de los turistas italianos sufre una brusca caída en 2008, pasando de crecimientos de dos dígitos a descensos en torno al 10%. A mediados de 2009 se invierte la tendencia, alcanzándose en 2011 las primeras tasas de variación positivas.

Evolución del gasto total de turistas de Italia y total mercados

% variación interanual media
Años 2006-2011



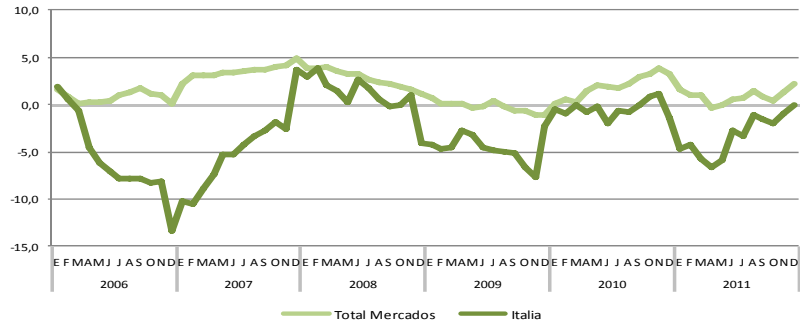
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio diario alcanza en 2007 incrementos en torno al 4%, desinflándose durante los dos años posteriores. En 2011 se vislumbra una cierta recuperación, dejando atrás las tasas de variación negativas.

Evolución del gasto medio diario de turistas de Italia y total mercados

% variación interanual media

Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

2.6. Resto de mercados emisores

Los demás mercados emisores concentraron aproximadamente el 31% de las llegadas, lo que se ha traducido en 17,7 millones de turistas. Este conjunto de países han protagonizado un incremento del 9,4% respecto a 2010.

Los mercados europeos representaron el 23% de las llegadas totales.

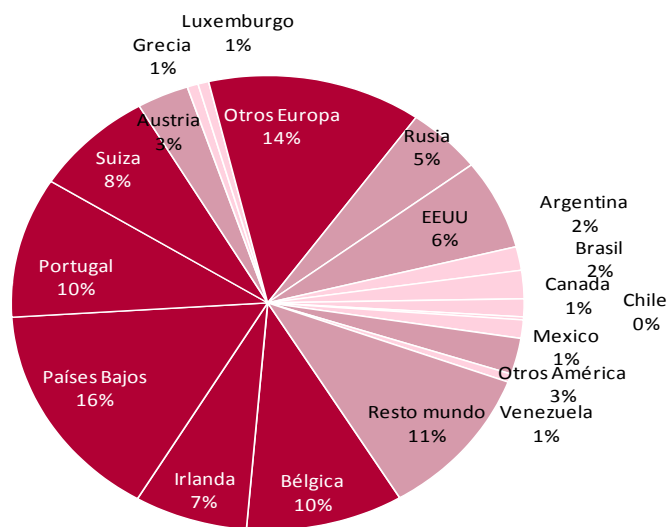
Dentro de este grupo, los mercados europeos fueron los que más peso tuvieron, representando más del 23% de las llegadas globales y cerca del 74% de las llegadas de este resto de mercados. Países Bajos, Portugal y Bélgica fueron los mercados que más volumen de turistas generaron, 2,8 millones el primero de ellos y 1,8 millones cada uno de los otros dos. La evolución de Países Bajos y Bélgica ha sido positiva, especialmente la primera, con cerca de 500 mil turistas más que en 2010. Entre los mercados europeos con menos peso destaca este año Rusia, que, con 859 mil turistas, lo que apenas representa el 2% del total de las llegadas, registra un crecimiento cercano al 42%, lo que se traduce en 253 mil turistas más. Esta subida

viene precedida por seis años de fuertes crecimientos, con la interrupción de 2009. Este hecho incide en la diversificación de los mercados emisores y en la menor dependencia de los mercados tradicionales. El destino más visitado por los turistas rusos ha sido Cataluña, que concentra cerca del 58% de las llegadas.

Analizando los mercados no europeos, se pone de manifiesto el favorable comportamiento llevado a cabo por América Latina que aportó en conjunto 202 mil turistas al crecimiento del año, en especial Brasil. También sobresalen los mercados del norte de África, con 241 mil turistas más y los mercados asiáticos, especialmente China, Corea del Sur y Turquía, generando entre los tres 195 mil turistas más que en 2010. Los mercados no europeos representaron el 8,2% del total de las llegadas y todos los mercados anteriores en conjunto el 5,6%.

Turistas del resto de mercados emisores

% sobre el total
Año 2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Países Bajos y Estados Unidos fueron los mercados que más aportaron al crecimiento del gasto total.

El gasto total llevado a cabo por estos mercados representó el 39% del total, cifra que se ha incrementado un 12,9% respecto a 2010. Países Bajos y Estados Unidos fueron los mercados que más protagonismo tuvieron en el gasto, con pesos superiores al 4%. Estos mercados junto con Rusia, Suiza y Bélgica son los que más aportan al crecimiento del periodo. Cabe resaltar la incidencia que el gasto turístico del mercado ruso ha tenido sobre el gasto de los no residentes en España, duplicando la cifra registrada hace un año. Todos los demás mercados mostraron subidas, excepto Portugal y Grecia.

Gasto de los turistas procedentes del resto de mercados

Gasto total en millones euros, Gasto medio en euros, % vertical
Año 2011

	Gasto total	% sobre gasto total	Gasto medio por persona	Gasto medio diario
Países Bajos	2.463	4,7%	887	93
EE.UU.	2.327	4,4%	2.064	153
Bélgica	1.628	3,1%	916	94
Suiza	1.382	2,6%	1.010	110
Irlanda	1.060	2,0%	828	98
Portugal	842	1,6%	472	92
Japón	702	1,3%	2.121	310
Austria	622	1,2%	1.062	120
Canada	398	0,8%	1.775	151
Grecia	126	0,2%	1.000	152
Luxemburgo	149	0,3%	1.235	115
Rusia	1.227	2,3%	1.430	146
Resto Europa	2.168	4,1%	1.028	116
Resto mundo	2.570	4,9%	1.646	142
América Latina	3.156	6,0%	2.154	155
Total general	52.796	-	934	102

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Japón, Estados Unidos y el conjunto de América Latina aglutinan los gastos medios por persona más elevados, por encima de 2 mil euros, muy influidos por las largas distancias que recorren para venir a España. En Europa fueron Rusia, Luxemburgo, Austria y Suiza los que alcanzaron los mayores valores, todos ellos por encima de mil euros. En términos de evolución, subrayar el positivo comportamiento llevado a cabo por Estados Unidos, Rusia y Luxemburgo

Por último, el gasto medio diario alcanzó su máximo valor en Japón, 310 euros, seguido por Estados Unidos (153 euros) y Canadá (151 euros). Entre los mercados europeos fueron Grecia, Rusia y Austria los que más gasto medio diario generaron.

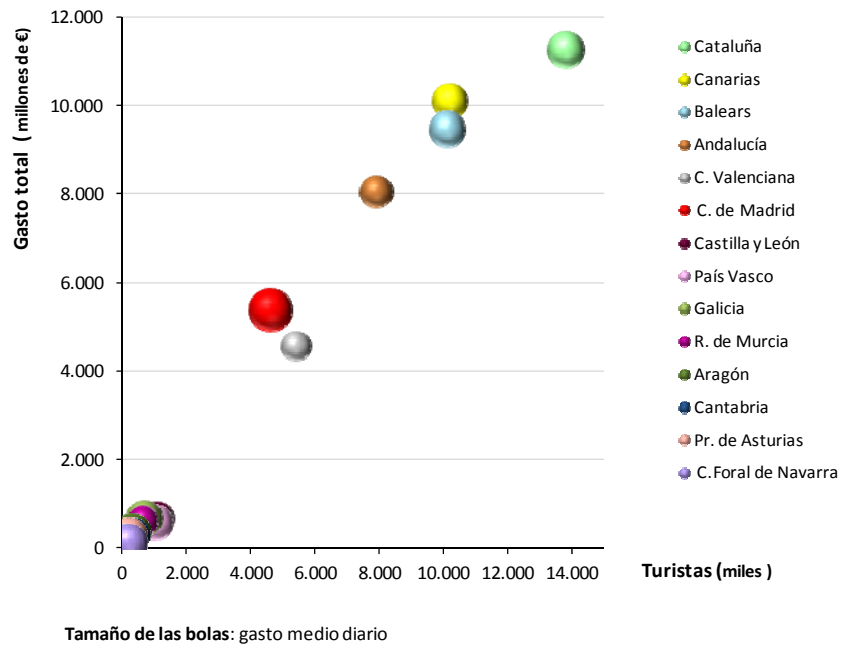
3. Comunidades autónomas de destino

En 2011 como en años anteriores los turistas internacionales se concentraron principalmente en las comunidades autónomas situadas en el litoral mediterráneo. El 91,5%% del flujo recibido se dirigió a las seis comunidades consideradas como principales receptoras por este orden: Cataluña, Canarias, Baleares, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid. En términos evolutivos respecto a 2010, todas excepto la Comunidad de Madrid experimentaron un crecimiento notable. De los 4 millones de turistas más que se recibieron en 2011 respecto al año anterior, fue el archipiélago canario el que más contribuyó a este crecimiento. Por su parte el gasto total generado en estas comunidades captó el 92,6% del volumen total de gasto, experimentado todas una expansión.

Canarias fue la que experimento el mayor crecimiento tanto en número de llegadas de turistas como en expansión del gasto total generado. Baleares se situó muy próximo a Canarias en gasto total generado y número de turistas recibidos, pero la estancia media de estos y el gasto medio diario fue inferior. Andalucía y la C. Valenciana fueron los que menor gasto medio diario por turista generaron. Por el contrario el mayor gasto diario lo captó la Comunidad de Madrid.

Turistas, gasto total y gasto medio diario por CCAA

Año 2011



3.1. Cataluña

Cataluña incrementó su volumen de llegadas un 4,7%.

Cataluña, primer destino turístico nacional, concentró un 4,7% más de turistas que en 2010, lo que impulsó, junto con el mayor gasto medio por persona (2,3%), el crecimiento del gasto turístico realizado. El gasto medio diario también registró cifras positivas, cerrando el año con una subida del 14,3%.

En 2011 este destino fue visitado por 13,8 millones de turistas internacionales, lo que representó el 24% del flujo turístico llegado a España este año.

La estancia media de los turistas que acudieron a Cataluña ascendió a 7,3 días, dos días por debajo de la media nacional. La cercanía de este destino para determinados mercados europeos influyó en este resultado. El gasto total realizado por estos turistas fue de 11.273,4 millones de euros, lo que se tradujo en un

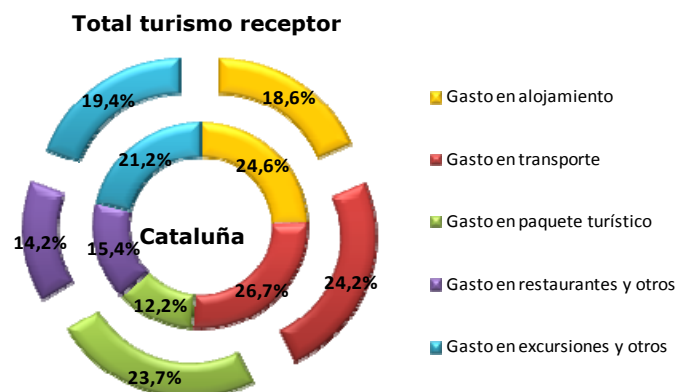
gasto medio por persona de 823 euros y un gasto medio diario de 112 euros.

Analizando la composición del gasto turístico realizado en esta comunidad, se observa la relevancia de los gastos en transporte y alojamiento, con pesos respectivos en el presupuesto total del viaje del 27% y del 25%. El paquete turístico tiene en este destino un peso residual, dado el perfil de turista recibido. El gasto en restaurantes y el gasto en excursiones distaron menos de la distribución nacional que el resto de partidas.

Atendiendo al lugar de realización del gasto de los turistas recibidos en Cataluña (en su lugar de origen o en el propio destino), y teniendo en cuenta que la distinción del lugar de realización del gasto no es totalmente asimilable al gasto que finalmente revierte al lugar considerado, se observa que el 63% se efectuó en el destino, cifra que se incrementó un 8% respecto a 2010.

Distribución del gasto total en Cataluña

% sobre el total
Año 2011

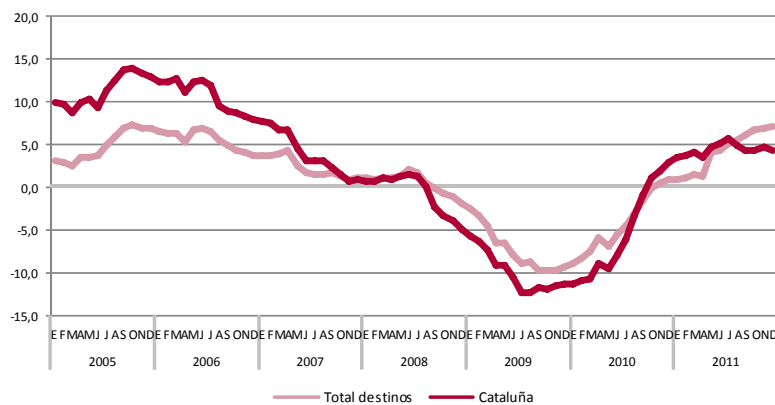


Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En términos de evolución, este destino confirma en 2011 la recuperación turística iniciada el año anterior, tras dos años consecutivos de tasas de variación negativas, que estuvieron precedidas por una ralentización en el ritmo de crecimiento de las llegadas internacionales.

Evolución de las entradas de turistas con destino Cataluña y total destinos (% variación interanual media)

Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El 65% de los turistas se alojaron en hoteles.

El tipo de alojamiento más demandado por los turistas que acudieron a Cataluña fue el hotelero, con 9 millones de turistas, el 65% del total. Su evolución respecto a 2010 fue positiva, acumulando un crecimiento del 9,8%, frente al descenso registrado por los demás tipos de alojamiento. Entre los turistas que acudieron al alojamiento no hotelero, destacaron aquellos que optaron por la vivienda alquilada, que protagonizaron un avance del 12,1%.

Turistas extranjeros con destino Cataluña según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	13.768	100,0	4,7
Hoteles y similares	9.017	65,5	9,8
Alojamiento extrahotelero	4.694	34,1	-2,8
Vivienda en propiedad	776	5,6	-12,7
Vivienda de familiares o amigos	1.890	13,7	1,6
Vivienda Alquilada	1.187	8,6	12,1
Otros Alojamientos	841	6,1	-17,7
Sin especificar	57	0,4	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

La **estancia media** de estos turistas, 7,3 días, subió a 11,5 días en el caso de los que recurrieron al alojamiento no hotelero y bajo a 5,2 días en el caso de los que se alojaron en hoteles.

Las llegadas por avión, el 61%, crecieron un 12%.

La vía de acceso mayoritaria de los turistas internacionales que visitaron este destino fue la aérea, con el 61% de las llegadas, porcentaje casi veinte puntos inferior a la media nacional. Su evolución fue positiva, protagonizando un crecimiento del 12,4%. La carretera, con un peso del 36%, tuvo más protagonismo en Cataluña que en el resto de comunidades autónomas principales, dada la cercanía geográfica de esta comunidad con Europa. Respecto a 2010 presentó un retroceso del 5,5%.

Las compañías aéreas de bajo coste fueron utilizadas por el 56% de los pasajeros que aterrizaron en Cataluña, cifra que se incrementó un 12% respecto a 2010.

La mayoría de los turistas llegados a Cataluña (83%) no contrataron previamente un paquete turístico, en consonancia con el perfil de turista que visita esta comunidad (procedente de mercados más cercanos, alojados en hoteles en menor medida...) y con lo observado en el análisis de la estructura del gasto. Su evolución respecto al año anterior fue positiva, acumulando un crecimiento del 9,9%, que se tradujo en un millón de turistas más. Paralelamente, los turistas que contrataron paquete turístico mostraron un importante descenso del 15%.

El 29% de los excursionistas recibidos en España se quedaron en Cataluña.

La condición de comunidad autónoma fronteriza permitió a Cataluña ser el destino de 12,4 millones de excursionistas, es decir, visitantes que no pernoctaron en su lugar de destino. Esto ha supuesto para esta comunidad concentrar el 29% del total de los visitantes de este tipo recibidos en España. Su evolución respecto al año anterior ha sido positiva, protagonizando un crecimiento del 7%.

Francia fue el principal mercado emisor para Cataluña.

Francia fue el principal **mercado emisor** de turistas para Cataluña, influido por la cercanía al destino. En 2011 concentró el 28% de las llegadas, lo que se tradujo en 3,8 millones de turistas, cifra que se redujo un 2% en relación a lo acontecido en 2010. Reino Unido e Italia, con pesos próximos al 9%, se situaron a continuación, permaneciendo estable el primero de ellos y protagonizando una subida del 6,2% el segundo de ellos. Entre los mercados no principales, fue reseñable el crecimiento experimentado por Países Bajos.

Turistas extranjeros con destino Cataluña según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Total			Cataluña		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	13.768	100,0	4,7
Francia	8.498	15,0	4,6	3.841	27,9	-2,0
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	1.284	9,3	0,3
Italia	3.767	6,6	7,9	1.248	9,1	6,2
Alemania	9.031	15,9	2,5	1.032	7,5	1,4
Países Bajos	2.776	4,9	21,9	843	6,1	29,3
Resto Europa	14.219	25,1	8,2	3.871	28,1	6,4
Resto mundo	4.379	7,7	10,2	1.472	10,7	17,4

Fuente: IET. Movimientos turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto total de los turistas internacionales en Cataluña ascendió a 11.273,4 millones de euros, cifra que provino en un 18,5% de los casos del mercado francés. En términos de evolución ha sido Alemania el mercado que más ha incrementado su gasto en la comunidad catalana (5,9%), seguido por Estados Unidos (4,5%).

Gasto de los turistas con destino Cataluña según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	11.273,4	100%	7,4
Francia	2.082,9	18,5%	2,0
Reino Unido	933,0	8,3%	2,2
Alemania	894,0	7,9%	5,9
EE.UU.	820,3	7,3%	4,5
Italia	797,1	7,1%	-4,7

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio por persona de los turistas internacionales llegados a Cataluña fue de 823,2 euros, el más bajo de las comunidades principales. La mayor parte de este gasto fue satisfecho una vez llegado a este destino, el 63%, lo que supuso 521 euros. Por otro lado el gasto realizado en origen ascendió a 302 euros. Hay que precisar que el lugar de realización del gasto no es necesariamente equivalente al lugar donde éste revierte.

El gasto medio por persona creció en todos los mercados menos en Italia.

La mayor afluencia de turistas internacionales a Cataluña trajo consigo un mayor gasto turístico, acompañado por un gasto medio por persona un 2,3% más alto que en 2010. Todos los mercados principales excepto Italia incrementaron su nivel de gasto en este destino.

El gasto medio diario registrado en Cataluña, 112 euros, se vio incrementado un 14,3%, protagonizando el mercado británico la mayor subida del periodo. Atendiendo al gasto en origen y destino, 41 euros fueron satisfechos antes de emprender el viaje y 71 euros en el propio destino.

Gasto de los turistas con destino Cataluña según país de origen

Gasto medio en euros, % var. interanual
2011

	Gasto medio total				Gasto medio Cataluña			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	823,2	2,3	112,0	14,3
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9	962,8	2,7	144,2	9,8
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3	868,0	4,4	87,2	10,1
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6	640,6	-10,3	100,3	3,6
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8	729,7	2,0	123,6	35,3
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1	545,4	3,5	77,6	10,9

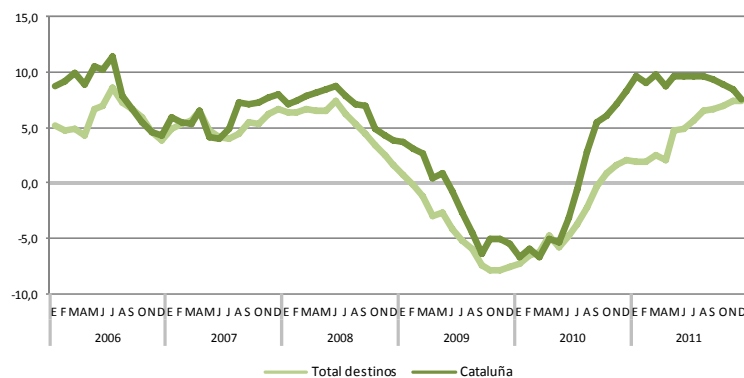
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

La evolución del gasto total muestra una recuperación en el volumen de gasto recibido por Cataluña a partir de 2010, en consonancia con lo sucedido con las llegadas.

El gasto medio diario mostró más altibajos, protagonizando en 2011 un importante avance, tras varios meses de ralentización en el ritmo de crecimiento e incluso descensos.

Evolución del gasto total de turistas con destino Cataluña y total destinos (% variación interanual media)

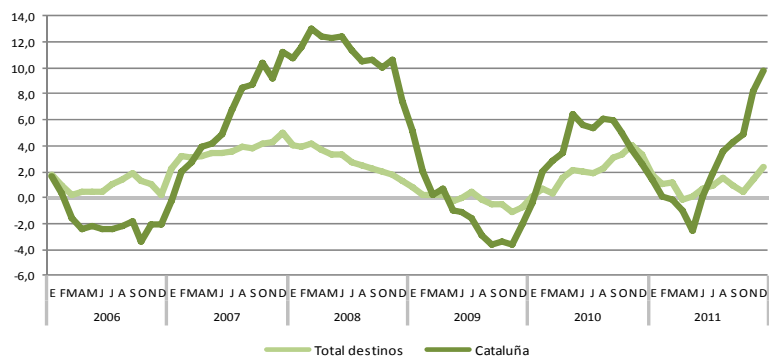
Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Evolución del gasto medio diario de turistas con destino Cataluña y total destinos (% variación interanual media)

Años 2006-2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

3.2. Baleares

Baleares fue el destino elegido por 10,1 millones de turistas, lo que representó un 17,8% del total de las llegadas recibidas en España, que hizo que se situara en la tercera comunidad por rango de llegadas en 2011. Respecto a 2010 recibió cerca de 900 mil turistas más.

Baleares recibió 900 mil turistas más que en 2010.

El montante total del gasto fue de 9.463,8 millones de euros. La estancia media fue 8,7 noches por turista con un gasto total medio de 937,2 euros y gasto total medio diario de 107,9 euros, superiores ambos a la media para el conjunto de comunidades.

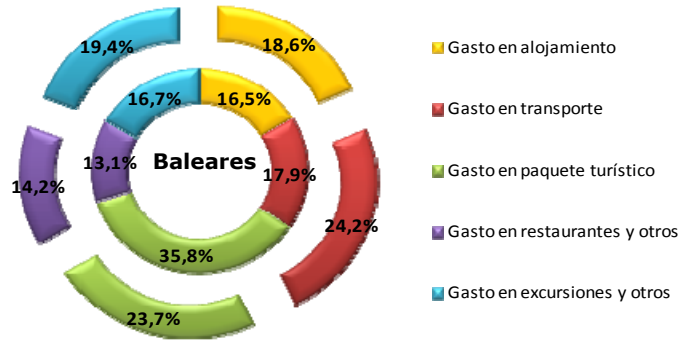
En la distribución del gasto por componentes destacó el porcentaje realizado en paquete turístico, 35,8%, superando en doce puntos el porcentaje para el total español.

El gasto en paquete turístico está correlacionado positivamente con el gasto en origen (recoge todos los gastos realizados en el país de residencia del turista relacionados con su viaje a España). Así, a mayor uso del paquete turístico, el gasto en origen será más elevado. En 2011 el gasto en origen alcanzó el 54,6%, lo que se traduce en que de cada 100 euros que se desembolsaron para viajar a Baleares, 54,6 se pagaron en el país de origen del turista.

Distribución del gasto total en Baleares

% sobre el total
Año 2011

Total turismo receptor



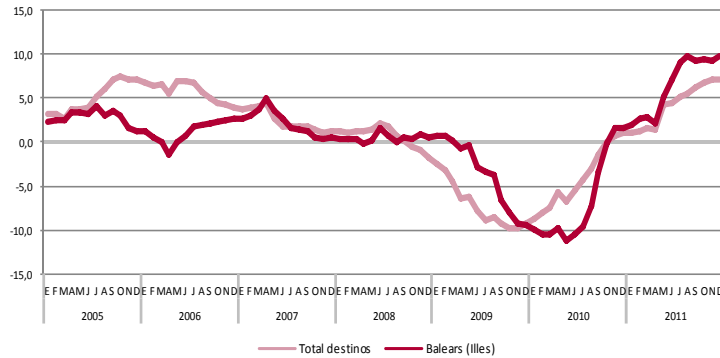
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Baleares presenta una acusada estacionalidad que viene marcada por la afluencia de turistas que llegan principalmente en el tercer trimestre del año (julio, agosto y septiembre), y que lejos de diluirse se ha acentuado más en los dos últimos años, pasando de congregarse un 47,6% de llegadas en 2009, a un 51,9% en 2011. El resto de comunidades para ese mismo trimestre concentró un 33% y un 33,7% para sendos años.

En términos evolutivos, la llegada de no residentes a Baleares creció más, un 9,8% que para el conjunto español que alcanzó una tasa de un 7,6%.

Evolución de las entradas de turistas con destino Baleares y total destinos (% variación interanual media)

Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El 75,4% de los turistas se alojaron en hoteles.

En el alojamiento extrahotelero, la vivienda alquilada fue la que más no residentes acaparó y más creció.

El **tipo de alojamiento** más demandado por los turistas que visitaron Baleares fue el hotelero, que concentró el 75,4%. El alojamiento no hotelero, por su parte, contó con el 24,6% de los turistas, la mayor parte de los cuales se dirigió a vivienda alquilada. Las variaciones interanuales respecto a 2010 fueron positivas para ambos colectivos, con subidas de 9,7% y 9,8% respectivamente.

La forma de organización elegida ha influido en gran medida en la expansión del alojamiento hotelero, así en 2011, Baleares recibió en sus hoteles medio millón de turistas más que llegaron dentro de un paquete turístico. Por su parte el incremento de los que eligieron hotel pero sin paquete fue mucho menor, cerca de 143 turistas más.

El aumento de no residentes que dirigieron a vivienda alquilada es atribuible casi en su totalidad a los que no optaron por paquete turístico.

Turistas extranjeros con destino Baleares según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	10.099	100,0	9,8
Hoteles y similares	7.616	75,4	9,7
Alojamiento extrahotelero	2.483	24,6	9,8
Vivienda en propiedad	690	6,8	17,6
Vivienda de familiares o amigos	645	6,4	-3,5
Vivienda Alquilada	858	8,5	23,4
Otros Alojamientos	290	2,9	-6,7
Sin especificar	0	0,0	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

La **estancia media** de los turistas que visitaron esta comunidad fue 8,7 noches, inferior a la registrada para la media en España, de 9,2 noches. Los no residentes que se dirigieron a alojamiento no hotelero pernoctaron 11,6 noches y los que se dirigieron a hoteles y similares 7,7 noches.

El avión fue el transporte prioritario utilizado (98,3%) con un incremento de un 10,2% frente al descenso de los llegados por otras vías.

Las compañías de bajo coste acapararon el 75% de las llegadas a las islas frente al 73% que se apuntaba en 2009.

Los turistas a la hora de visitar Baleares hicieron uso del **paquete turístico** en un 51% de los casos. Esta comunidad es la segunda después de Canarias que más se decantó por esta opción. El uso del paquete creció un 12% respecto al 2010 mientras que los que eligieron llegar sin esta opción solo crecieron un 7,6%.

Por **mercados emisores**, se evidencia un año más el protagonismo de Alemania y el Reino Unido, que juntos emitieron cerca del 65% de los turistas recibidos en este destino. Aunque todos los principales mercados emisores de las islas evolucionaron positivamente, destacó el aumento de británicos, unos 200 mil más, seguidos de franceses, unos cien mil más. En una magnitud inferior es también reseñable el avance de alemanes, nórdicos, irlandeses, holandeses, suizos y rusos. Estos últimos crecieron notablemente, un 84,5%, rondando los 85 mil turistas.

El 65% del flujo recibido tuvo su origen en Alemania y Reino Unido.

Turistas extranjeros con destino Baleares según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Total			Baleares		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	10.099	100,0	9,8
Alemania	9.031	15,9	2,5	3.690	36,5	2,5
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	2.959	29,3	8,0
Italia	3.767	6,6	7,9	648	6,4	10,0
Países Nórdicos	3.886	6,9	8,7	586	5,8	14,4
Francia	8.498	15,0	4,6	438	4,3	33,7
Resto Europa	13.109	23,1	10,7	1.643	16,3	24,1
Resto mundo	4.792	8,5	9,2	135	1,3	22,5

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto total turístico generado en Baleares fue de 9.463,8 millones de euros siendo las contribuciones de alemanes y británicos las más relevantes, representando un 34,6% y un 25,3% sobre el total, y aglutinando cerca del 60%. Respecto a 2010 el crecimiento global fue de un 7,9%. Excepto Reino Unido todos los principales mercados presentaron una

evolución positiva destacando Francia con una subida interanual de un 36,6%.

Gasto de los turistas con destino Baleares según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	9.463,8	100%	7,9
Alemania	3.273,7	34,6%	1,7
Reino Unido	2.395,2	25,3%	-1,0
Italia	662,2	7,0%	8,8
Países Nórdicos	659,7	7,0%	12,9
Francia	438,4	4,6%	36,6

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio por persona fue 937,2 euros, superior al realizado por el conjunto de comunidades, en 3,6 euros. El gasto medio diario fue 107,9 euros, retrocediendo respecto el año anterior un 1,4%. Esta bajada repercutió negativamente tanto en el gasto medio diario en destino como en origen, que alcanzó 58,9 euros y 49 euros respectivamente.

En 2011 Baleares recibió más turistas británicos y alemanes, que gastaron en su viaje menos que en el año anterior y elevaron su estancia ligeramente, como consecuencia su gasto medio diario disminuyó, 9,7% y 1,7% respectivamente. Por su parte los nórdicos e italianos redujeron tanto el gasto medio en sus viajes como la estancia media, este último con más intensidad que el gasto, como resultado su gasto medio diario creció un 3,5% y 7,9%. La llegada de franceses se incrementó notablemente al igual que su

gasto por persona, su estancia media se redujo, y el gasto diario subió un 4,4%.

Gasto de los turistas con destino Baleares según país de origen

Gasto medio en euros, %var. interanual
Año 2011

En Baleares el gasto medio y diario por turista retrocedió en 2011.

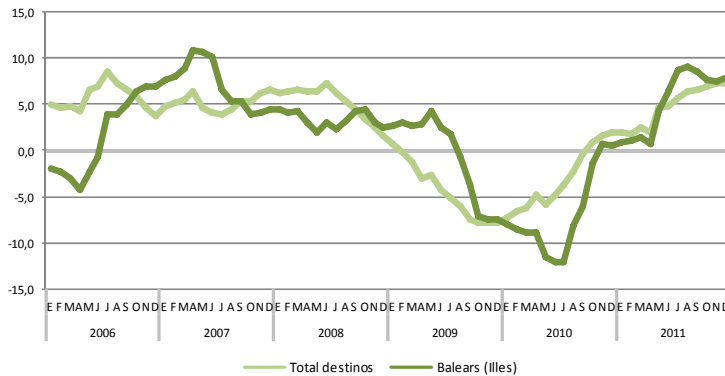
Gasto medio total	Gasto medio Baleares			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En términos evolutivos, en 2011 el gasto total y el gasto medio diario se ha comportado mejor, en media a lo largo del año, que el total nacional, mostrando crecimientos superiores como muestran los siguientes gráficos.

Evolución del gasto total de turistas con destino Baleares y total destinos (% variación interanual media)

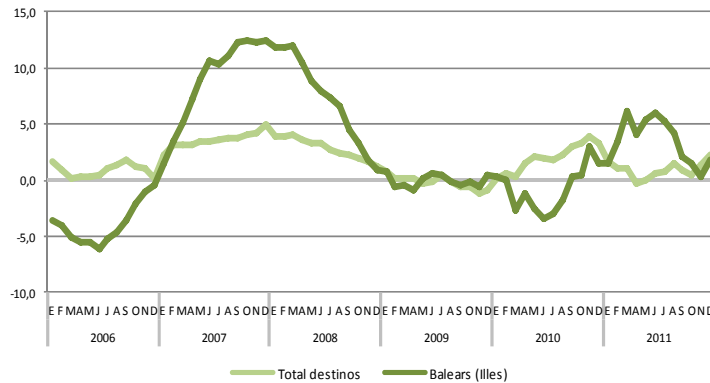
Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Evolución del gasto medio diario de turistas con destino Baleares y total destinos (% variación interanual media)

Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

3.3. Canarias

Canarias, registró el mayor crecimiento en número de llegadas, un 18,3%.

Canarias ha sido la comunidad que más se ha beneficiado del notable incremento en la llegada de turistas y del volumen del total de gasto generado en 2011. Sin embargo al ser superior el incremento de llegadas, un 18,3%, que el del gasto asociado, un 13,1%, el gasto medio por turista disminuyó, aunque no así el gasto medio diario que se incrementó moderadamente respecto a 2010.

En 2011 el archipiélago recibió 10,2 millones de turistas, representando el 18% del flujo turístico internacional llegado a España.

En 2011 la estancia media por turista fue 9,9 días. El gasto total generado fue de 10.118,5 millones de euros, que supone un 19,2% en el volumen total de gasto del conjunto de las comunidades. El gasto total

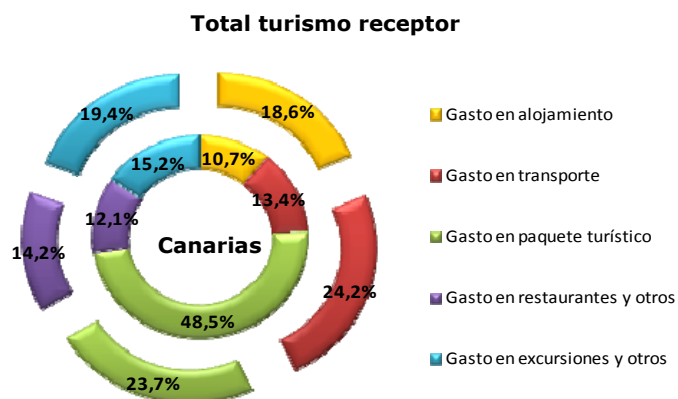
medio por turista se situó en 993,3 euros, y el gasto total medio diario en 100,2 euros.

Al analizar la distribución del gasto por componentes, Canarias presentó, como en años anteriores, la peculiaridad de que los turistas se decantaron mayoritariamente por contratar un paquete turístico a la hora de organizar el viaje, significando casi la mitad del gasto total generado, un 48,5%, porcentaje que duplica al que se generó para el total nacional, un 23,7%.

El uso del paquete turístico implica que la mayoría de los gastos o pagos se hacen en el país de origen, en terminología turística se dice que el gasto en origen es mayor que el gasto en destino, así en Canarias correlacionado directamente con el alto uso del paquete turístico, el 65,4% del gasto se produjo en origen frente al 34,6% que fue en destino.

Distribución del gasto total en Canarias

% sobre el total
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

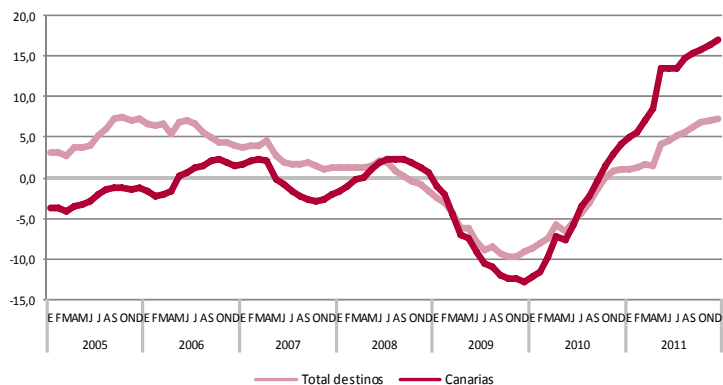
Otro rasgo distintivo de esta comunidad es la casi ausencia de estacionalidad, en buena parte debido a la

suave climatología de la zona durante todo el año. La distribución de turistas por trimestre es bastante homogénea siendo el primer y cuarto trimestre donde se acumulan más llegadas con casi un 27% en ambos, y un 22% y 24% para los trimestres de primavera y verano. Sin embargo en 2011 la concentración de turistas se acentuó en el segundo trimestre de año, momento donde empieza a vislumbrarse los primeros desvíos de flujos turísticos hacia España como consecuencia de la inestabilidad política en el norte de África.

En términos evolutivos, respecto al ciclo de recuperación en el número de llegadas que se inició a mediados de 2010, Canarias se ha comportado más positivamente que la media nacional, ya que sus tasas de crecimiento se han posicionado por encima de las tasas para el conjunto de las comunidades, mostrando una cifra muy superior en 2011.

Evolución de las entradas de turistas con destino Canarias y total destinos (% variación interanual media)

Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Gran predominio del alojamiento hotelero, que concentró el 78,8% de las llegadas.

El **tipo de alojamiento** mayoritario al que se dirigieron los turistas que visitaron el archipiélago, en 2011, fue el hotelero, un 78,8%, porcentaje que resultó el más alto de los registrados entre todos los destinos españoles. Los que optaron por el alojamiento no hotelero, el 21,2%, acudieron principalmente a vivienda alquilada. Ambas opciones experimentaron crecimientos respecto a 2010 pero sujetos a forma de organización diferentes. La expansión registrada en no residentes que optó acudir a hoteles, un 17,7%, es atribuible a los que también optaron por viajar con paquete turístico, ya que los que se dirigieron a hoteles no incluido en paquetes turístico disminuyeron respecto al año anterior. Por el contrario el crecimiento experimentado en el alojamiento no hotelero, un 20,7% fue unido a los que llegaron sin paquete turístico. De este colectivo destacó la expansión de los que optaron por el alquiler de una vivienda.

Turistas extranjeros con destino Canarias según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	10.188	100,0	18,3
Hoteles y similares	8.031	78,8	17,7
Alojamiento extrahotelero	2.157	21,2	20,7
Vivienda en propiedad	375	3,7	8,3
Vivienda de familiares o amigos	308	3,0	5,9
Vivienda Alquilada	1.276	12,5	26,6
Otros Alojamientos	198	1,9	40,0
Sin especificar	-	-	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

La **estancia media** de los turistas que se dirigieron a Canarias fue 9,9 noches. Por su parte, los turistas que pernoctaron en hoteles y similares estuvo en 8,8 noches. La media de los que pernoctaron en alojamiento extrahotelero fue de 14,1 noches, valores ambos ligeramente inferiores a los del año anterior.

Dentro de las llegadas por avión, el uso de compañías aéreas de bajo coste represento un 59%. Esta opción ha ido ganando terreno ya que en 2009 el porcentaje se situaba en ocho puntos porcentuales menos, un 51%. No obstante su uso es muy inferior al que presenta el otro archipiélago, Baleares, donde el 75% de llegadas fue en alguna compañías de bajo coste.

Confirmando lo que ya se deducía de la estructura del gasto a la hora de **organizar el viaje** los turistas optaron por contratar un paquete turístico en su mayoría, así 6 de cada 10 eligieron esta opción. En 2011 los turistas que llegaron con paquete crecieron notablemente, un 24%, subida junto a la de la C. Valenciana (34%) superiores a las registradas en el resto de comunidades

Por su parte los que llegaron sin optar al paquete también se incrementaron pero en una tasa interanual inferior, un 9,7%.

Respecto a los **mercados emisores**, Reino Unido, Alemania y Países Nórdicos siguen siendo los principales países de origen de los turistas llegados a Canarias, con pesos de el 34,7%, 24,3% y 14,8%. Estos tres países han sido los mayores impulsores del crecimiento experimentado en las llegadas en 2011 a esta comunidad, con predominio de los británicos.

En un orden de magnitud inferior, pero destacables por el volumen de incremento en las llegadas, se situó Francia e Italia, con alrededor de 100 mil turistas más que en 2010. También ha sido reseñable las tasas de crecimiento de llegadas procedentes de países del este, concretamente Polonia y Rusia, con subidas de alrededor de un 70% y 56% respectivamente, en 2011.

Todos los mercados en Canarias protagonizaron notables incrementos en sus llegadas en 2011.

Turistas extranjeros con destino Canarias según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Total			Canarias		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	10.188	100,0	18,3
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	3.535	34,7	15,5
Alemania	9.031	15,9	2,5	2.477	24,3	11,0
Países Nórdicos	3.886	6,9	8,7	1.512	14,8	24,6
Irlanda	1.280	2,3	8,8	396	3,9	11,9
Países Bajos	2.776	4,9	21,9	498	4,9	29,2
Resto Europa	21.317	37,6	6,5	1.702	16,7	31,2
Resto mundo	4.792	8,5	9,2	69	0,7	0,4

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto total de los turistas en Canarias fue de 10.118,5 millones de euros. Reino Unido y Alemania los que mayor peso tuvieron, aportando conjuntamente casi un 53% del total. En términos evolutivos fueron los países nórdicos, Países Bajos y Francia los que han liderado las tasas de crecimiento con un 20,8%, 14,4%, y 73,3% respectivamente.

Gasto de los turistas con destino Canarias según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	10.118,5	100%	13,1
Reino Unido	2.745,0	27,1%	9,2
Alemania	2.596,1	25,7%	3,7
Países Nórdicos	1.834,3	18,1%	20,8
Países Bajos	503,5	5,0%	14,4
Francia	288,2	2,8%	73,3

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio por turista, 993,3 euros y medio diario por turista, 100,2 euros con destino Canarias fue superior para el primero y similar para el segundo a las medias nacionales, de 933,6 y de 101,9 euros.

Aunque el gasto total se incrementó, el gasto medio por turista retrocedió, un -4,4%. La estancia media se redujo en todos los principales mercados emisores. Por su parte el gasto medio diario experimentó una subida de un 1%.

En terminos de gasto en origen y destino medio diario, la distribución de los 100,2 euros fue 65,6 en origen y 34,6 en destino. Es necesario puntualizar que la distinción del lugar de realización del gasto no es, totalmente, asimilable al gasto que finalmente revierte al lugar considerado.

Gasto de los turistas con destino Canarias según país de origen

Gasto medio en euros, %var. interanual
Año 2011

	Gasto medio total				Gasto medio Canarias			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	993,3	-4,4	100,2	1,0
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9	1.213,5	-3,1	125,5	7,1
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3	1.048,1	-6,5	94,9	-2,7
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6	927,5	-11,4	88,9	-5,4
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8	776,4	-5,4	85,6	-1,3
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1	1.145,1	-2,4	111,6	-3,3

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

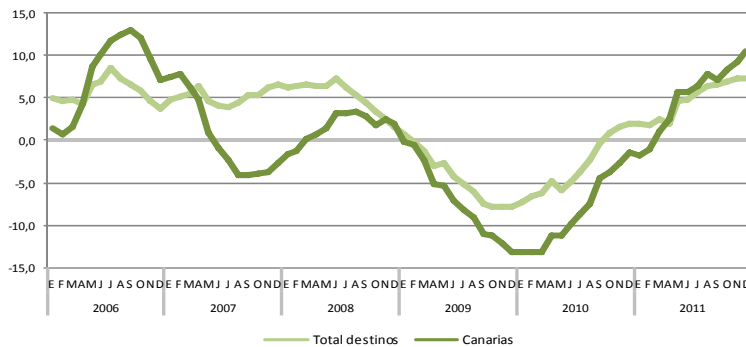
En Canarias el gasto medio por turista retrocedió y el diario por persona se incrementó, acompañado de una reducción de la estancia media.

En terminos evolutivos, paralelamente a las llegadas, el gasto total tambien se empezó a recuperar en el segundo semestre de 2010 aunque más lentamente y con tasas de crecimiento inferiores a las llegadas.

El gasto medio diario se ha venido comportando peor que para la media de España.

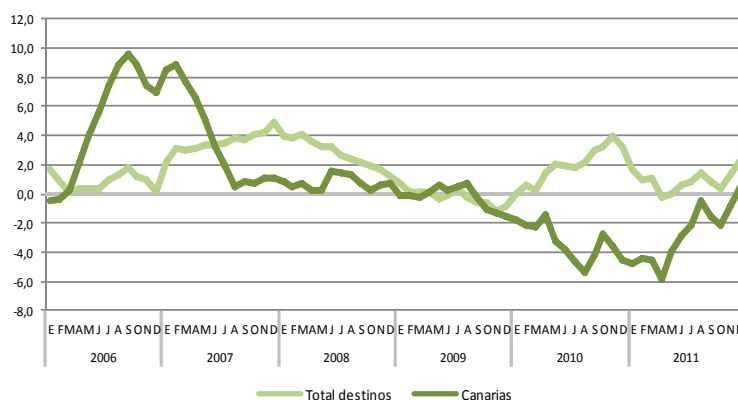
Evolución del gasto total de turistas con destino Canarias y total destinos (% variación interanual media)

Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

**Evolución del gasto medio diario de turistas con
destino Canarias y total destinos (% variación
interanual
media)
Año 2006 2011**



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

3.4. Andalucía

Andalucía recibió 7,9 millones de turistas, alrededor de 444 mil más que en 2010.

Andalucía recibió en el 2011 un total de 7,9 millones de turistas, alrededor de 444 mil más que el año anterior, lo que se tradujo en un incremento de un 6%. Esta comunidad se situó en cuarto lugar por ranking de llegadas y volumen de gasto generado, que ascendió a 8.069 millones de euros, y aumentó un 3,1% en tasa interanual. El gasto total medio por turista fue de 1.024,7 euros, la estancia media 11,4 noches y el gasto medio diario 90 euros.

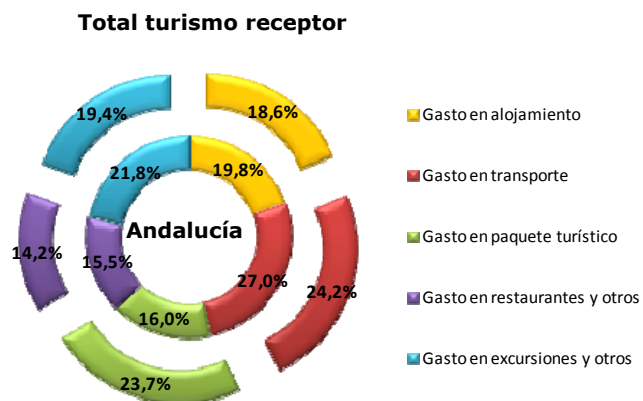
Según la estructura del gasto, los turistas que viajaron a Andalucía se gastaron más en excursiones y en restaurantes que la media general, con pesos de 21,8% y 15,5% en esta comunidad frente a 19,4% y 14,2% para el total de España. Por su parte el gasto en paquete turístico ganó peso respecto al año

anterior. Al hablar de distribución de gasto en origen y destino, se observó que en torno al 60% del gasto fue en destino, esto es, de cada 100 euros gastados 60 se desembolsaron en Andalucía. En este destino ocurrió lo contrario que en los destinos insulares donde el gasto en origen fue superior.

Distribución del gasto total en Andalucía

% sobre el total

Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

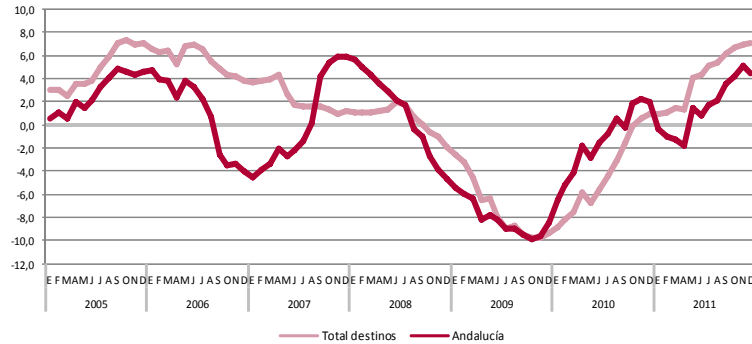
Las llegadas de turistas se concentraron especialmente en el periodo estival.

En el tercer trimestre Andalucía atrajo a 2,8 millones de turistas, el 36,7%. En el segundo se recibieron un 29,9% de total de llegadas, en el cuarto un 17,9% y en el primero un 15,7%. Esta distribución muestra un efecto estacional que ha permanecido relativamente estable en años anteriores.

La evolución en las llegadas a lo largo de 2011 fue con signo positivo pero con incrementos inferiores a los registrados para el conjunto de España. Por el contrario la evolución a lo largo de 2010 fue más positiva en Andalucía que en el conjunto español.

Evolución de las entradas de turistas con destino Andalucía y total destinos (% variación interanual media)

Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

En Andalucía las llegadas a alojamientos hoteleros representan un 52%.

En cuanto al **tipo de alojamiento**, los turistas internacionales viajaron casi en igual medida a hoteles que a alojamientos extrahoteleros, aunque fue de mayor importancia el primer colectivo y creció más. Los no residentes que se dirigieron a hoteles representó un 52,2% de total de llegadas y aumentó un 9,2%, la expansión repercutió tanto en los que incluían el hotel en un paquete turístico como los que no. Por su parte lo que se dirigieron a alojamiento no hotelero también se incrementaron, un 3%, recuperándose de la bajada que experimentaron en 2010 de un 9%. Andalucía es después de la Comunidad Valenciana donde más turistas se dirigen a residencia en propiedad, 859 mil en 2011. Es destacable la evolución de la vivienda alquilada que creció un 6,3%.

Turistas extranjeros con destino Andalucía según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	7.885	100,0	6,0
Hoteles y similares	4.118	52,2	9,2
Alojamiento extrahotelero	3.760	47,7	3,0
Vivienda en propiedad	859	10,9	2,2
Vivienda de familiares o amigos	1.442	18,3	2,0
Vivienda Alquilada	845	10,7	6,3
Otros Alojamientos	614	7,8	2,3
Sin especificar	7	0,1	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Andalucía es después de la C. Valenciana donde más turistas se hospedan en vivienda en propiedad.

La **estancia media** de los turistas que visitaron Andalucía y se dirigieron a hoteles fue 7,8 noches y los que optaron por el alojamiento no hotelero permanecieron 15,3 noches de media. Ambas estancias retrocedieron ligeramente en tasas interanuales, un -1,1% y un -3,3% respectivamente.

La mayoría de turistas internacionales llegaron a Andalucía por aeropuertos, el 76,6%. Esta es la comunidad donde más peso tuvo las llegadas por barco, un 7,6% frente al peso de un 2,5% de la C. Valenciana o el peso del 2,1% en Cataluña.

El uso de compañías aéreas de bajo coste aglutinó el 80,5% de las llegadas de pasajeros internacionales en 2011, frente al 19,5% de los que llegaron en compañías tradicionales. Ambos evolucionaron positivamente en tasas interanuales.

Por **forma de organización** del viaje los turistas que viajaron a Andalucía se inclinaron por no contratar paquete turístico en un 79,1% y se incrementaron en un 4,5%. Por el contrario los que optaron por venir con paquete experimentaron un avance de un 12,5%.

Reino Unido, mercado más importante en Andalucía, aumentó un 8,9%.

Reino Unido fue el **mercado** emisor más importante en Andalucía, el 31,5% de los turistas que llegaron a esta comunidad tuvieron procedencia británica. Es destacable la recuperación de este mercado ya que el año anterior retrocedió, pero en 2011 volvió a la senda del crecimiento, anotando una expansión de un 8,9%. La presencia de franceses también tuvo un peso importante, un 12,9% así como su incremento, un 12,7%. En el grupo que englobó resto de Europa destacó, tanto por su volumen como por su tasa interanual de subida, la presencia de rusos y polacos.

Turistas extranjeros con destino Andalucía según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Total			Andalucía		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	7.885	100,0	6,0
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	2.485	31,5	8,9
Francia	8.498	15,0	4,6	1.014	12,9	12,7
Alemania	9.031	15,9	2,5	836	10,6	-2,8
Países Nórdicos	3.886	6,9	8,7	567	7,2	3,8
Irlanda	1.280	2,3	8,8	269	3,4	-19,3
Resto Europa	15.595	27,5	10,1	2.002	25,4	10,8
Resto mundo	4.792	8,5	9,2	711	9,0	-0,2

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto total generado en la comunidad andaluza fue de 8.609 millones de euros y creció un 3,1%. Como la

tasa de crecimiento de turistas fue superior al gasto que realizaron, el gasto medio por viaje disminuyó en Relación a 2010 un -2,6% y alcanzó 1024,7 euros. Reino Unido acaparó un 25,1% del gasto total, con un retroceso de un -0,4%. El gasto de los alemanes también disminuyó un -2,5%, y por el contrario los franceses y los nórdicos incrementaron su gasto total y su gasto medio por persona.

Gasto de los turistas con destino Andalucía según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	8.069,0	100%	3,1
Reino Unido	2.029,0	25,1%	-0,4
Alemania	936,7	11,6%	-2,5
Francia	819,9	10,2%	15,6
Países Nórdicos	814,3	10,1%	25,0
Países Bajos	433,1	5,4%	17,4

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En cuanto a gasto, los turistas británicos lo disminuyeron un 0,4%.

En esta comunidad, solo nórdicos y alemanes vieron expandir respecto a 2010 tanto el gasto medio por turista como el diario. Por su parte la llegada de franceses se incrementó acompañada de un gasto por viaje superior a la del año anterior un 3%, su estancia media también aumentó y en mayor medida que el gasto total, lo que provocó que su gasto medio diario disminuyera un -1%.

Gasto de los turistas con destino Andalucía según país de origen

Gasto medio en euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

	Gasto medio total				Gasto medio Andalucía			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por turista	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	1.024,7	-2,6	90,0	1,0
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9	1.435,3	20,4	105,8	14,4
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3	1.121,6	0,4	85,3	11,2
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6	906,1	-3,3	85,6	-0,9
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8	816,9	-8,5	75,8	-9,2
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1	811,3	3,0	84,7	-1,0

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

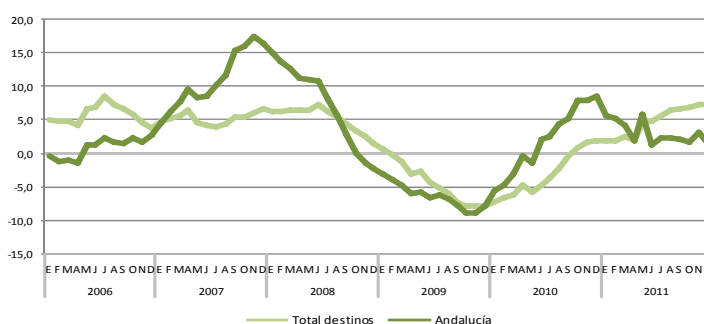
En relación al gasto en origen y en destino, de los 90 euros diarios que gastó por término medio cada turista en Andalucía, 36 euros, esto es un 40%, los desembolsó en su país de residencia y 54 euros los desembolsó en España.

El crecimiento interanual medio del gasto total en Andalucía desde mediados de 2011 ha sido inferior al del conjunto español.

Evolución del gasto total de turistas con destino Andalucía y total destinos

(% variación interanual media)

Año 2006 2011



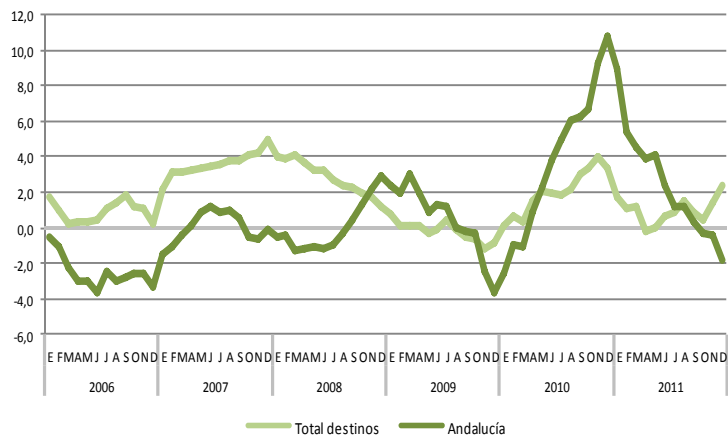
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio diario registró notables crecimientos a lo largo de 2010, pero en 2011 estas subidas se han ido suavizando progresivamente.

Evolución del gasto medio diario de turistas con destino Andalucía y total destinos

(% variación interanual media)

Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

3.5. Comunidad Valenciana

La **Comunidad Valenciana** atrajo en 2011 a 5,4 millones de turistas, registrando un crecimiento de un 7,2% respecto al año anterior. El gasto que realizaron estos turistas fue de 4.565 millones de euros, con un incremento de un 8,6% respecto a 2010. En el ranking de llegadas se situó en quinta posición y por volumen de gasto en sexta. Estas posiciones se traducen en pesos de 9,5% y y 8,6% respecto a los valores totales de llegadas y gasto. El gasto por turista fue 849,6 euros y la estancia 11,9 noches.

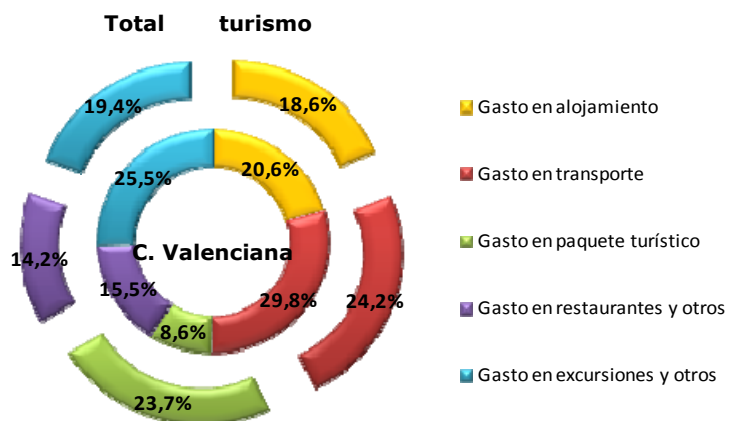
La C. Valenciana atrajo 5,4 millones de turistas en 2011.

En cuanto a la estructura de los componentes del gasto, el efectuado por los turistas internacionales en transporte, y en excursiones tuvo más peso que en las medias nacionales. Ambas partidas representaron más de la mitad del gasto realizado en esta comunidad. El peso del gasto en paquete turístico aunque ha aumentado respecto al año anterior sigue siendo relativamente pequeño, un 8,6% frente al peso que abarca el gasto en transporte, un 29,8 % o el alojamiento, un 20,6%.

El peso mínimo registrado en el gasto asociado a paquete turístico, un 8,6%, es debido a que las llegadas de no residentes sujetos a esta opción solo representa un 11,9% frente al peso de llegadas sin paquete que representa el restante 88,1%. Esta es la comunidad cuyos turistas hacen menor uso del paquete turístico para planificar su viaje.

Distribución del gasto total en la C. Valenciana

% sobre el total
Año 2011



El gasto en alojamiento y en transporte representó la mitad del gasto total realizado.

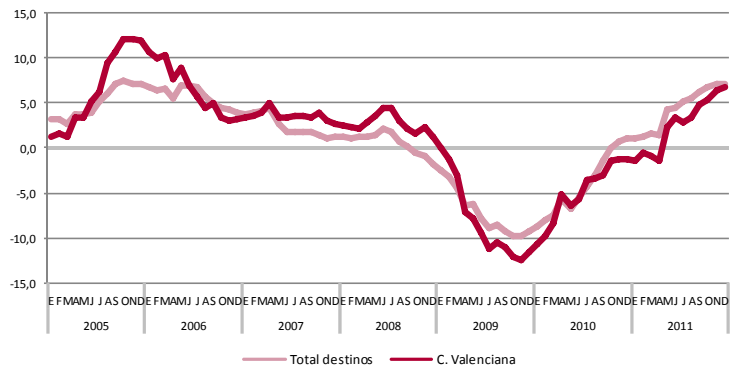
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En esta comunidad se observa el efecto estacional, aunque de forma más suave que en Baleares, así la

temporada estival fue la que concentró un mayor número de llegadas, en total 2 millones de turistas visitaron este destino los meses de julio, agosto y septiembre, que supuso el 37,8% del total de visitas. En el primer trimestre se concentró un 15,3% de llegadas, en el segundo trimestre un 28% y en el cuarto un 18,9%. Esta distribución se ha mostrado relativamente estable en años anteriores.

En terminos evolutivos, la comunidad Valenciana presenta tasas de crecimiento/decrecimiento muy similares al del conjunto español, en cuanto al número de llegadas de turistas internacionales. En 2011 estas tasas fueron inferiores a las recogidas para el total de destinos.

Evolución de las entradas de turistas con destino C. Valenciana y total destinos
 (% variación interanual media)
 Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Esta comunidad un año más despunta porque los turistas que se dirigen a **alojamiento** extra hotelero presenta una gran proporción, un 65,2% frente a la media nacional que presentó una proporción de un 36% para este colectivo. Entre las principales

comunidades, es la que en mayor porcentaje los turistas se dirigieron a la categoría de alojamiento en vivienda propia (17,8%), vivienda alquilada (15,2%) y casa de familiares y amigos (27,9%). Respecto a 2010 todas las principales categorías presentaron incrementos recuperándose de los retrocesos acontecidos el año anterior. Destacó la expansión registrada por los que se decantaron por acudir a una vivienda alquilada, que se incrementaron un 22,6%.

Turistas extranjeros con destino C. Valenciana según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	5.383	100,0	7,2
Hoteles y similares	1.875	34,8	10,4
Alojamiento extrahotelero	3.508	65,2	5,9
Vivienda en propiedad	957	17,8	5,5
Vivienda de familiares o amigos	1.499	27,9	3,3
Vivienda Alquilada	816	15,2	22,6
Otros Alojamientos	236	4,4	-18,4
Sin especificar	0	0,0	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El crecimiento experimentado por los no residentes que se dirigieron a hoteles vino unido a los que viajaron con paquete turístico, ya que los que optaron por este alojamiento y viajaron de forma independiente apuntaron una disminución.

La **estancia media** se fijó en 6,1 noches para el alojamiento hotelero y 15 noches para el extra hotelero, ambas medias retrocedieron un -7,1% y un -3,3% respectivamente.

El 83% de las llegadas a la Comunidad Valenciana fue por vía aérea. El uso de compañías de bajo coste un año más fue mayoritario representando el 87% frente al 13% de las compañías tradicionales.

Los turistas que vinieron a la C. Valencia con paquete turístico aumentaron notablemente respecto 2010, con una subida de un 33,6%.

Por **forma de organización** se observa que 1 de cada 10 turistas eligieron venir con paquete turístico. Esta es la comunidad donde esta opción es mínima, lo cual es debido a que la mayoría de no residentes recibidos se dirigen principalmente a vivienda propia o casa de familiares o amigos.

En 2011, sin embargo, la opción de viajar a la C. Valenciana con paquete turístico experimentó una gran subida, un 33,6%, siendo la mayor tasa de variación de entre todas las principales comunidades. Por su parte los que viajaron sin paquete aumentaron un 4%.

En cuanto a los **mercados emisores**, por volumen de llegadas, Reino Unido sobresalió del resto, con 2,2 millones de turistas y un crecimiento de 10,8% en tasa interanual. En otro orden de magnitud inferior se situaron los franceses y alemanes que además retrocedieron respecto a 2010. Holandeses y nórdicos experimentaron grandes subidas, un 23,7% y un 18,5% respectivamente. Es destacable así mismo el incremento en las llegadas de italianos, un 19,1% más y rusos, un 51,4% más. Países lejanos fuera del continente europeo también han mostrado un fuerte impulso, un 56,5% más que el año anterior, aunque el volumen total de este colectivo es minoritario todavía, 251 mil turistas, en relación a otros mercados.

Turistas extranjeros con destino C. Valenciana según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

Los turistas británicos, principal mercado de origen en la C. Valenciana, representan un 40,6%.

	Total			Com Valenciana		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	5.383	100,0	7,2
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	2.188	40,6	10,5
Francia	8.498	15,0	4,6	601	11,2	-6,6
Alemania	9.031	15,9	2,5	438	8,1	-11,8
Países Bajos	2.776	4,9	21,9	352	6,5	23,7
Países Nórdicos	3.886	6,9	8,7	430	8,0	18,5
Resto Europa	14.100	24,9	8,0	1.123	20,9	2,7
Resto mundo	4.792	8,5	9,2	251	4,7	56,5

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

En relación al gasto total, al ser los británicos el grupo mayoritario por número de llegadas, acapararon el mayor volumen de gasto. Este sin embargo retrocedió respecto a 2010 un 5,6%. Por su parte Francia a pesar de disminuir el número de llegadas un 6,6% incrementó su gasto en un 2,2%. La participación alemana en esta comunidad retrocedió tanto en llegadas como en gasto total.

Gasto de los turistas con destino Comunidad Valenciana según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	4.565,0	100%	8,6
Reino Unido	1.350,5	29,6%	-5,6
Países Nórdicos	496,4	10,9%	30,9
Francia	489,6	10,7%	2,2
Alemania	434,1	9,5%	-1,5
Países Bajos	338,9	7,4%	33,8

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio más elevado en la Comunidad Valenciana fue el realizado por los turistas nórdicos, 1.154,9 euros por viaje, y 88,8 euros por día, ambos con evoluciones positivas. Por el contrario la evolución en los gastos medios de los británicos fue negativa ya que tanto el gasto por viaje como el diario retrocedieron respecto a 2010 situándose en 617,4 y 68,4 euros respectivamente. Un comportamiento similar tuvo el mercado italiano, que aunque sus llegadas presentaron un destacado aumento, no así su gasto medio por viaje y diario por turista, que disminuyeron en tasas interanuales.

Los turistas británicos disminuyeron su gasto por viaje y diario en la C. Valenciana.

En esta comunidad es donde el peso de gasto en destino es más alto, un 64%. Así de los 71,3 euros que se generaron, 45,7 fueron en destino y 25,6 euros en origen.

Gasto de los turistas con destino Comunidad Valenciana según país de origen

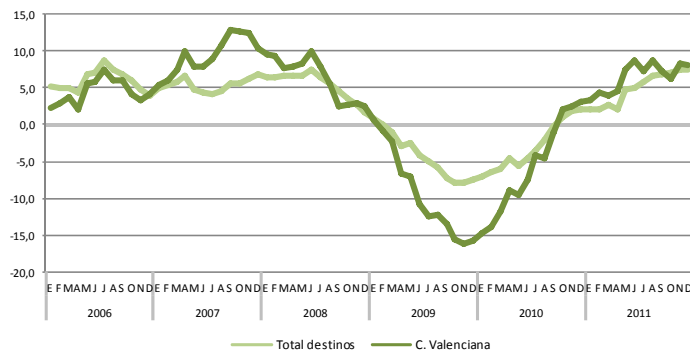
Gasto medio en euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

Gasto medio total	Gasto medio C. Valenciana			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

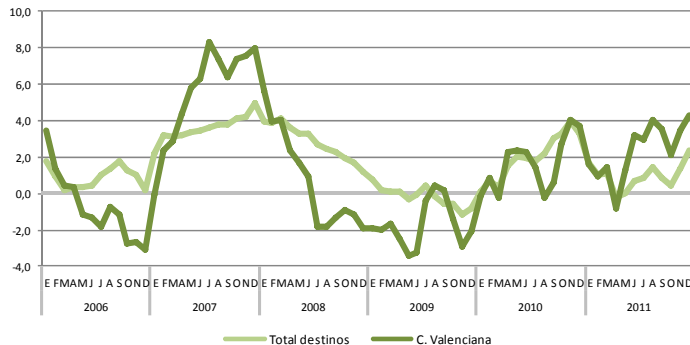
A lo largo de 2011 los crecimientos del gasto por turista y medio diario en la Comunidad Valenciana fueron superiores a los registrados para para las medias del total español.

**Evolución del gasto total de turistas con destino
Comunidad Valenciana y total destinos**
(% variación interanual media)
Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

**Evolución del gasto medio diario de turistas con
destino Comunidad Valenciana y total destinos**
(% variación interanual media)
Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

3.6. Comunidad de Madrid

En 2011 un total de 4,6 millones de turistas internacionales llegaron a la Comunidad de Madrid, lo que representó un 8,1% sobre el total de llegadas a España. Se posicionó en el sexto lugar en el ranking de llegadas de no residentes. Respecto a 2010 se produjo un descenso de un 0,6%. En esta comunidad, en 2011,

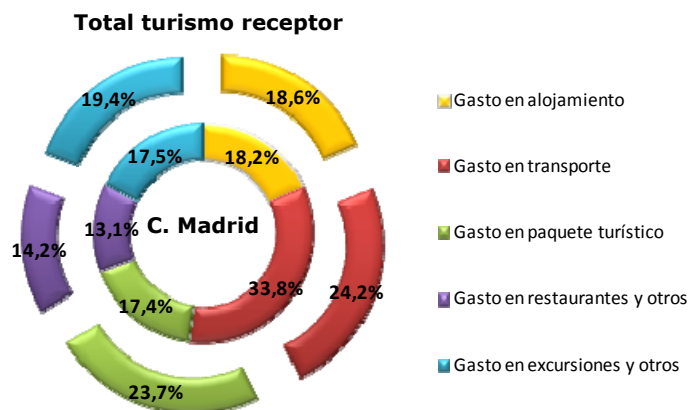
La Comunidad de Madrid celebró la Jornada Mundial de la Juventud 2011 en agosto.

hay que destacar la cifra record que se registró en agosto con la llegada de 550 mil turistas, motivado en gran medida por la celebración de la *Jornada Mundial de la Juventud*, que se celebró en la capital española.

El volumen total de gasto efectuado fue 5.377,7 millones de euros, reflejando un peso sobre el total de gasto de un 10,2%. En términos evolutivos el gasto total aumentó un 6,3%. El gasto por persona, en media, fue el más alto entre todas las comunidades principales alcanzando 1.177 euros y 158 el gasto medio diario. La estancia media se fijó en 7,5 noches.

Distribución del gasto total en la Comunidad de Madrid

% sobre el total
Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En la estructura del gasto se observa que la proporción de gasto destinada a transporte es superior en la Comunidad de Madrid (33,8%) que la proporción media para el total de CCAA (24,2%). Por el contrario es inferior la proporción de gasto destinado al uso del paquete turístico (17,4%) frente al 23,7% de media nacional.

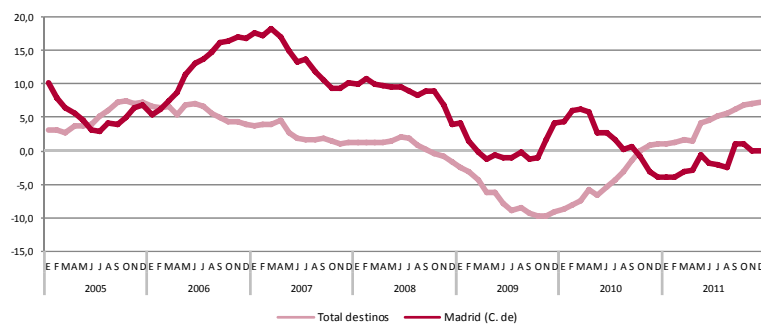
Es un destino que no presenta estacionalidad, las llegadas se reparten homogéneamente a lo largo del año.

Las entradas de turistas a este destino se repartieron de forma relativamente homogénea en los cuatro trimestres, un 19,4% se acumularon en el primer trimestre del año, un 25%, 29,2% y 26,4% en los siguientes. El tercer trimestre este año recibió más turistas que otros años porque en agosto tuvo lugar en la capital la llegada del Papa para la celebración de la *Jornada Mundial de la Juventud 2011* lo que movilizó a un 42,6% más de turistas que el año anterior.

La evolución anual de la C. de Madrid en 2011 muestra que las tasas de crecimiento en las llegadas han sido inferiores a las del total España, presentando tasas de variación negativas para la mayoría de los meses.

Evolución de las entradas de turistas con destino C. Madrid y total destinos (% variación interanual media)

Años 2005-2011



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

El **alojamiento** más utilizado por los turistas que visitaron la Comunidad de Madrid fue el hotelero, un 71,4%. Esta comunidad junto con los dos archipiélagos es donde la elección del establecimiento hotelero es más alta. Esta opción ha disminuido un 5,2% respecto al año anterior. Detrás de esta bajada están los no residentes que se dirigieron a hoteles y que viajaron de forma independiente ya que los que eligieron esta

modalidad incluida en un paquete turístico se incrementaron.

Por el contrario los que se decantaron por el alojamiento extra hotelero se incrementaron un 15,3% respecto al año anterior, impulsado por el uso de la vivienda alquilada y de otros alojamientos como las casas rurales.

Los turistas que eligieron alojamiento hotelero en la C. de Madrid, cayó un 5,2% en 2011.

Turistas extranjeros con destino C. Madrid según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	4.606	100,0	-0,6
Hoteles y similares	3.287	71,4	-5,2
Alojamiento extrahotelero	1.292	28,0	15,3
Vivienda en propiedad	48	1,0	-13,4
Vivienda de familiares o amigos	743	16,1	-6,1
Vivienda Alquilada	130	2,8	1,7
Otros Alojamientos	371	8,1	155,1
Sin especificar	28	0,6	-

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

La turistas internacionales permanecieron de media en los hoteles de la Comunidad de Madrid 4,9 noches, y en los alojamientos no hoteleros 13,7 noches. La **estancia media** para el primero se ha incrementado un 10,5% y para el segundo ha registrado un retroceso de un 14,9%.

La mayor parte de los turistas internacionales llegaron a la Comunidad de Madrid por vía aérea, el 81,7% y el 14,8% lo hicieron por carretera. El comportamiento de las llegadas por aeropuerto y carretera fue dispar; los turistas que escogieron vía aérea disminuyeron un

2,1%, mientras que por carretera fueron un 5,7% superiores respecto al año anterior.

La presencia de compañías tradicionales en la C. de Madrid tuvo mucho más peso que en el resto de comunidades. En 2011, solo el 23% de los pasajeros internacionales utilizaron alguna compañía de bajo coste para viajar a esta comunidad. Sin embargo esta modalidad va ganando terreno poco a poco ya que en 2010 acaparó el 21% de pasajeros internacionales, aumentando en 2011 dos puntos porcentuales.

En cuanto a la **forma de organización** del viaje, la Comunidad de Madrid, fue uno de los destinos donde más turistas viajaron por su cuenta, 8 de cada 10 turistas no residentes viajaron sin contratar paquete turístico. Junto con Cataluña y la Comunidad Valenciana es donde más turistas eligen esta opción frente al viajar con paquete turístico. No obstante la modalidad viajar sin paquete sufrió un retroceso, un 2,8% menos en tasa interanual y por el contrario viajar con paquete se expandió, un 14,8% más de turistas se decantaron por ella.

**8 de cada 10
turistas extranjeros
viajaron a la C. de
Madrid sin contratar
paquete turístico.**

La Comunidad de Madrid se caracteriza por poseer una **diversificación de sus turistas** por lo que no existe una dependencia predominante con ningún mercado de origen. Este hecho marca la diferencia con otros destinos. Por mercados, destacó Francia e Italia que representaron el 14,1% y 12,5% de las llegadas, aunque su evolución fue negativa ya que ambos se contrajeron, el primero con una disminución de un 8,1%, y el segundo del 10,6%. Sin embargo fueron los turistas venidos de países lejanos, fundamentalmente de América Latina, países asiáticos (destacando

Japón), y resto de Europa, los que experimentaron un comportamiento positivo, creciendo un 9,6% (resto del mundo) y 4,9% resto de Europa, subidas que han amortiguando el descenso del resto de países emisores.

Turistas extranjeros con destino C. Madrid según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Total			C. Madrid		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	4.606	100,0	-0,6
Francia	8.498	15,0	4,6	651	14,1	-8,1
Italia	3.767	6,6	7,9	577	12,5	-10,6
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	423	9,2	12,4
Portugal	1.788	3,2	-5,7	287	6,2	-17,2
Alemania	9.031	15,9	2,5	271	5,9	-18,5
Resto Europa	15.207	26,8	12,4	858	18,6	4,9
Resto mundo	4.792	8,5	9,2	1.540	33,4	9,6

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

La C. de Madrid se caracteriza por la diversificación de sus mercados de origen.

El gasto total generado en 2011 ascendió a 5.377,7 millones de euros y se incrementó un 6,3% en contraposición a la disminución en la llegada de turistas. El peso del gasto de los mercados tradicionales (Alemania y Reino Unido) es bastante menor en la C. de Madrid en comparación con otras comunidades. Países lejanos como América Latina, Japón y EEUU tienen por el contrario un peso notable, casi un 25%, 5% y 15% en la distribución del gasto, y además han mostrado una evolución positiva con crecimientos de dos dígitos. Reino Unido también arroja una tasa interanual creciente de un 24,6%.

Gasto de los turistas con destino Comunidad de Madrid según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y % var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	5.377,7	100%	6,3
Francia	395,2	7,3%	-10,6
Italia	376,4	7,0%	-16,3
Alemania	231,6	4,3%	-13,3
Reino Unido	306,2	5,7%	24,6
Japón	271,3	5,0%	21,3
América Latina	1.334,2	24,8%	11,9
EE.UU.	788,1	14,7%	11,7

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio por persona y por día en la Comunidad de Madrid fueron los más elevados situándose en 1.176,9 euros y 157,8 euros respectivamente. Las causas que inciden en que en esta comunidad el gasto medio sea mayor derivan en gran medida de la duración de la estancia, de la lejanía de sus turistas y del motivo. La estancia media fue la más baja junto a la de Cataluña. En estancias cortas se suele gastar más. Otro factor de incidencia es la importancia en este destino de los turistas procedentes de países lejanos, los cuales, por las características de sus viajes, son más propensos a realizar un mayor gasto. Además, el motivo de turistas que acuden por negocios adquiere en la comunidad de Madrid un gran peso en relación al resto de comunidades, y este grupo de turistas realizan un mayor gasto diario y medio por persona que el efectuado en otros motivos.

Gasto de los turistas en La Comunidad de Madrid según país de origen

Gasto medio en euros, % vertical y % variación interanual
Año 2011

Gasto medio total	Gasto medio C. de Madrid							
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	1.176,9	6,7	157,8	5,4
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9	1.077,5	-3,3	161,9	-4,5
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3	857,5	6,4	128,7	6,7
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6	653,3	-6,4	120,8	7,7
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8	726,8	10,6	135,6	12,8
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1	613,9	-3,8	111,3	1,7

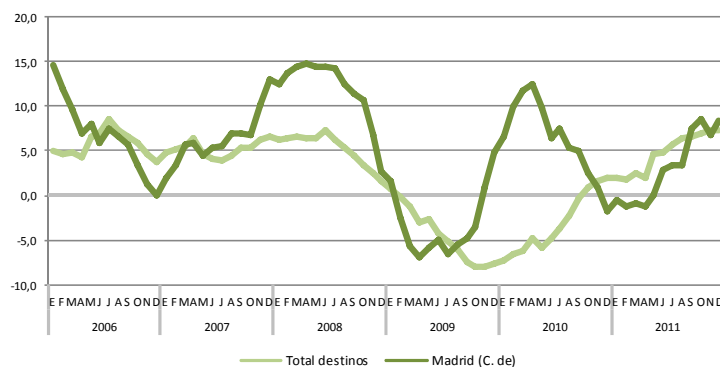
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En 2011 las tasas de crecimiento del gasto en la C. de Madrid fueron inferiores a las del total de España, por el contrario el gasto medio diario se comportó mejor que para la media nacional,

Evolución del gasto total de turistas con destino C. de Madrid y total destinos

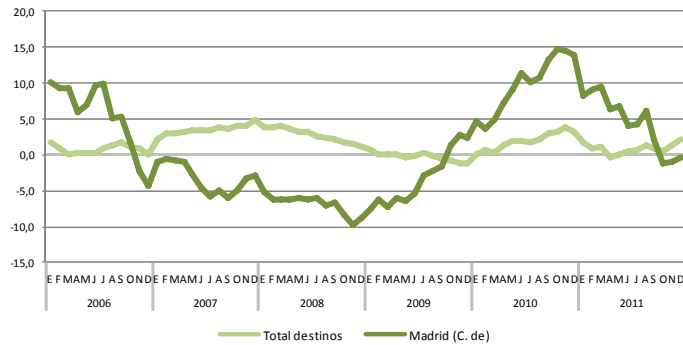
(% variación interanual media)

Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

**Evolución del gasto medio diario de turistas con
destino C. de Madrid y total destinos**
(% variación interanual media)
Año 2006 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

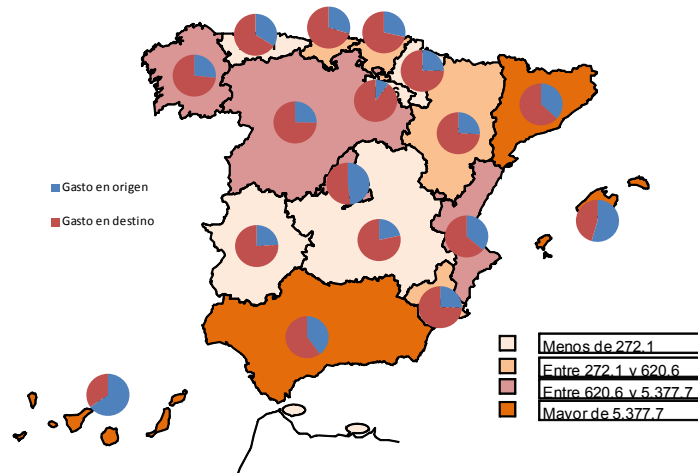
3.7. Resto de comunidades autónomas de destino

El 8,4% de los turistas recibidos se dirigieron al "Resto de CCAA".

El conjunto "Resto de comunidades autónomas" engloba aquellas comunidades que tienen un peso en el conjunto de las llegadas inferior al 2%. Entre todas sumaron 4,8 millones de turistas (el 8,4% del total), cifra un 3,3% superior a la alcanzada en 2010. El gasto turístico asociado a este colectivo ascendió a 3.928,3 millones de euros, mostrando un incremento del 8,6%. Esto implica un mayor nivel de gasto por parte de los turistas que acudieron a este conjunto de comunidades, con un gasto medio por persona un 5% más alto que el alcanzado hace un año (826 euros) y un gasto medio diario un 7% superior (96 euros).

Gasto turístico por comunidad autónoma y lugar donde se efectúa. Millones de euros

Año 2011



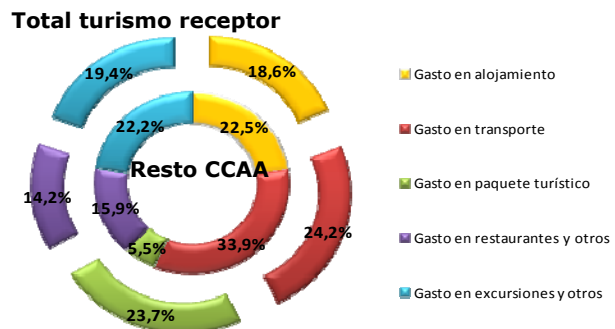
Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

En lo que respecta a la composición del gasto turístico recibido por este conjunto de comunidades, destaca el escaso peso del paquete turístico (5,5%), en beneficio de las partidas de gasto asociadas al transporte y al alojamiento. Cabe añadir que, en este grupo de destinos el gasto realizado en el propio destino fue superior al satisfecho en las comunidades principales (73%).

Distribución del gasto total en el resto de comunidades autónomas

% sobre el total

Año 2011



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El flujo de turistas recibido por las comunidades objeto de estudio tuvo un carácter estacional más marcado que la media nacional, con el 39% de los turistas viajando en el tercer trimestre del año, frente al 37% del total nacional.

El alojamiento no hotelero fue mayoritario entre los turistas que viajan a este conjunto de comunidades autónomas, con el 53% de las llegadas. A nivel nacional predominaron los hoteles, con un 64% del peso. Ambas modalidades de alojamiento mostraron subidas respecto al año anterior, especialmente los hoteles (5,5%). Dentro del alojamiento extrahotelero fueron los denominados "otros alojamientos" (campings, casas rurales, etc.) los únicos que crecieron respecto a 2010.

Turistas extranjeros con destino al resto* de comunidades autónomas según tipo de alojamiento utilizado

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Turistas	% vertical	% Var.
TOTAL	4.765	100,0	3,3
Hoteles y similares	2.228	46,8	5,5
Alojamiento extrahotelero	2.533	53,2	2,7
Vivienda en propiedad	342	7,2	-6,4
Vivienda de familiares o amigos	1.076	22,6	-1,7
Vivienda Alquilada	278	5,8	-4,7
Otros Alojamientos	837	17,6	18,2
Sin especificar	4	0,1	-

*Aragón, Principado de Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Región de Murcia, Navarra, País Vasco y La Rioja.

Fuente: IET. Movimientos turísticos en Fronteras (Frontur).

La carretera fue la principal vía de acceso de estas regiones.

La carretera fue la vía de acceso favorita de los turistas que acudieron a estas comunidades autónomas, con el 59% de las llegadas. Esta situación es contraria a la acontecida por las comunidades principales donde el aeropuerto acapara todo el protagonismo. Este hecho está relacionado con la cercanía de algunas de las comunidades de este grupo con determinados mercados emisores, siendo en muchos casos comunidades fronterizas. La evolución de ambas vías de acceso fue dispar, mientras la carretera creció un 7,5% el aeropuerto retrocedió un 1,5%.

El 72% de los pasajeros que visitaron estas comunidades utilizaron alguna compañía de bajo coste, cifra que creció un 6,5% respecto a 2010. A nivel nacional el uso de este tipo de compañías fue del 57%, hecho sin duda relacionado con la mayor afluencia de las mismas a los aeropuertos secundarios.

El excursionismo tiene mucha más relevancia que a nivel nacional.

El excursionismo tuvo especial relevancia en estas regiones, dado el carácter fronterizo de algunas de ellas y su cercanía con determinados mercados emisores. Así, el 83% de los visitantes recibidos por estas comunidades en conjunto fueron excursionistas frente al 43% de la media nacional. Su evolución respecto a 2010 fue positiva, acumulando un ligero aumento del 0,7%.

El paquete turístico es claramente minoritario en estas CCAA.

Como ya se evidencia en el análisis del gasto por partidas, el paquete turístico apenas fue contratado por un 11% de los turistas, lo que puso de manifiesto la poca relevancia de esta modalidad de viaje en este conjunto de regiones. Su evolución respecto a 2010 fue positiva, al igual que la de las formas de viaje menos organizadas.

El **mercado emisor** que más presencia tuvo en este conjunto de comunidades fue Francia, con el 36% del peso, cifra que se incrementó un 14,7% respecto a 2010, lo que convirtió a este mercado en el que más aportó al crecimiento de estas regiones en 2011. Le siguieron Reino Unido y Portugal, con pesos cercanos al 15% y evoluciones dispares, una subida en el primer caso (2,3%) y un descenso en el segundo (12,2%).

Turistas extranjeros con destino al resto* de comunidades autónomas según país de residencia

(Número de turistas en miles, % vertical y % variación interanual)
Año 2011

	Total			Resto de CCAA		
	Turistas	% Vertical	% Var.	Turistas	% Vertical	% Var.
TOTAL	56.694	100,0	7,6	4.765	100,0	3,3
Francia	8.498	15,0	4,6	1.700	35,7	14,7
Portugal	1.788	3,2	-5,7	667	14,0	-12,2
Reino Unido	13.611	24,0	9,4	736	15,4	2,3
Alemania	9.031	15,9	-5,7	288	6,0	-12,2
Italia	3.767	6,6	2,5	228	4,8	4,1
Resto Europa	15.207	26,8	12,4	710	14,9	1,9
Resto mundo	4.792	8,5	9,2	436	9,2	-4,6

*Aragón, Principado de Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Región de Murcia, Navarra, País Vasco y La Rioja.

Fuente: IET. Movimientos turísticos en Fronteras (Frontur).

El gasto total asociado a este conjunto de comunidades ascendió a 3.928,3 millones de euros, un 8,6% más que el año anterior. Francia fue el mercado que más representó en este volumen total de gasto, en consonancia con lo sucedido en términos de llegadas, si bien, con un nivel de presencia inferior, al igual que en el caso de Portugal.

Turistas con destino resto* de comunidades autónomas según país de origen

Gasto total en millones euros, % vertical y %var. interanual
Año 2011

	Gasto total		
	Mill. euros	% Vertical	% Var.
TOTAL	3.928,3	100%	8,6
Francia	883,1	22,5%	18,8
Reino Unido	617,8	15,7%	3,4
Alemania	302,5	7,7%	19,9
Italia	224,7	5,7%	1,5
Portugal	215,4	5,5%	-8,1

*Aragón, Principado de Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Región de Murcia, Navarra, País Vasco y La Rioja.

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El gasto medio por persona de los turistas franceses, uno de los más bajos de los mercados analizados, creció un 3,3%, frente al retroceso protagonizado por el de los turistas británicos (1,2%).

El gasto medio diario realizado en estas regiones, 96 euros, evolucionó de manera positiva en todos los mercados excepto en los países nórdicos, donde descendió un 14,5%. Estos gastos fueron inferiores a los realizados a nivel nacional en todos los casos excepto en Reino Unido y Francia.

Turistas con destino resto* de comunidades autónomas según país de origen

Gasto medio en euros, %var. interanual

Año 2011

	Gasto medio total				Gasto medio Resto CCAA			
	Por turista	% Var.	Diario	% Var.	Por persona	% Var.	Diario	% Var.
TOTAL	933,6	0,2	101,9	4,6	826,1	5,0	96,0	7,0
Países Nórdicos	1.183,2	3,8	119,6	5,9	1.160,5	-4,3	109,2	-14,5
Alemania	960,3	-0,3	93,2	1,3	1.051,2	15,5	84,6	0,8
Italia	781,5	-5,1	100,5	2,6	839,3	1,0	86,5	12,2
Reino Unido	762,9	-6,6	86,2	-1,8	988,7	-1,2	100,5	7,9
Francia	638,5	4,9	82,5	8,1	521,1	3,3	85,6	6,7

*Aragón, Principado de Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Región de Murcia, Navarra, País Vasco y La Rioja.

Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

4. Metodología

4.1. FRONTUR

Desde el año 1996, la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) es, en relación con el turismo, el instrumento básico de observación estadística oficial de la Secretaría de Estado de Turismo de España, formando parte del Plan Estadístico Nacional con el número 4244 Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). El objetivo de esta encuesta es cuantificar mes a mes el número de entradas a España por las distintas vías de acceso. Éstos se caracterizan según su tipología y, mediante la encuesta, se obtiene otra información relativa al tipo de alojamiento, motivo del viaje, forma de organización, pernoctaciones, edad y sexo de los visitantes. Asimismo, la encuesta Frontur es la encargada de proporcionar el universo de elevación de la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur). Frontur es una estadística que utiliza un sistema mixto para la obtención de resultados. Para ello emplea tres tipos de información:

- Información administrativa, proporcionada por distintos organismos y empresas públicas responsables de las distintas vías de acceso a España (Dirección General de Tráfico, Aena, Puertos del Estado y RENFE).
- Conteos manuales de vehículos y personas en pasos fronterizos de carretera.
- Encuestas en las principales vías de acceso.

El ámbito geográfico comprende 21 pasos fronterizos por carretera, 20 aeropuertos, 7 puertos y 8 líneas férreas internacionales. Concretamente, los puntos en los que se realiza la encuestación es:

- Aeropuerto: Mallorca, Menorca, Ibiza, Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife Sur, Madrid Barajas, Barcelona El Prat, Alicante, Almería, Gerona Costa Brava, Málaga, Bilbao, Sevilla, Valencia Manises, Jerez de la Frontera, Murcia San Javier, Reus y Granada.
- Carretera: Portbou, La Junquera A-7, La Junquera N-II, Puigcerdá, Seo de Urgel, Les, Canfranc, Valcarlos, Dantzarinea, Biriadou A-8, Behovia N-121, Puente de Santiago N-1, Tuy Puente Viejo, Tuy Puente Nuevo, Feces de Abajo, Alcañices, Fuentes de Oñoro, Valencia de Alcántara, Badajoz-Caya, Rosal de la Frontera y Ayamonte.
- Trenes: 8 trenes pasantes: Madrid-París- Austerlitz; Irún-Lisboa-Porto; Madrid-Lisboa; Barcelona-Montpellier; Valencia-Montpellier; Barcelona-Milán; Barcelona-Zurich y Barcelona-París.
- Puertos: Algeciras, Bilbao, Santander, Almería, Málaga, Alicante y Barcelona.

La recogida de la información se realiza de dos formas distintas:

- Información en "papel". En aeropuerto, tren y puertos la información se ha recogido mediante la tarjeta autocumplimentable durante la primera parte del año. Estas tarjetas posteriormente eran escaneadas a un sistema informático. En el segundo semestre, se pasa a utilizar el ordenador de mano PDA para recopilar estos datos, lo que ha supuesto una mejora metodológica para esta estadística. En este caso, no es necesario realizar un segundo paso para la grabación de la información, puesto que queda grabada directamente cuando se hace la encuesta.

- Información mediante el uso del ordenador. Tanto los aforos como las encuestas realizados en carretera se efectúan mediante ordenadores de mano PDA. Como se ha comentado en el punto anterior, con este sistema la información queda grabada al hacer la encuesta o aforo.

Existe, a raíz de la mejora implementada en la recogida de información en la segunda mitad del año, un modelo único de cuestionario de FRONTUR para todas las vías de acceso. Adicionalmente, en el caso de carretera se realizan aforos de los vehículos para poder determinar el número de ocupantes. Las preguntas del cuestionario están traducidas a varios idiomas. En el modelo utilizado para encuesta a un viajero residente en España las preguntas se realizan en castellano, catalán, gallego y euskera; y si el entrevistado es un viajero no residente en España las preguntas están redactadas en inglés, alemán, francés, italiano, portugués, holandés y sueco. Concretamente, la información recogida en los cuestionarios es la siguiente:

1. Motivo del viaje: Ocio / vacaciones, Trabajo / Negocios, Estudios, Personal (salud, familiares) y Otros motivos
2. Alojamiento utilizado: Hoteles o similares y complejos turísticos, Alojamiento en propiedad, Alojamiento en alquiler, Alojamiento de familiares o amigos, Camping, Casa rural y Otros.
3. Número de noches que ha pernoctado en España
4. Paquete turístico: sí, no
5. Edad: Menor de 15 años, De 15 a 24, De 25 a 44, De 45 a 64 y Mayor de 64 años
6. Sexo: varón, mujer
7. País de residencia

8. Comunidad autónoma de destino principal

Los visitantes se clasifican en varios colectivos en función de:

- Destino de su viaje. Es decir, si su destino es España o están de paso a otro país (transeúntes).
- Realización de pernoctaciones en España. Se clasifican en turistas si realizan al menos una pernoctación y en excursionistas (visitantes de un día) si no pernoctan.

Pernoctación es cada una de las noches que un turista permanece o está registrado en un establecimiento de alojamiento colectivo o en un alojamiento turístico privado. El motivo del viaje es la razón principal para efectuar un viaje. El tipo de alojamiento utilizado durante el viaje es el principal, es decir, el alojamiento donde se pasan la mayor parte de las noches. La forma de organización del viaje se refiere a si contrató o no un paquete turístico, entendiendo por tal un producto comprado en una agencia de viajes o tour operador a un precio global que incluye dos o más servicios (alojamiento, transporte, manutención, etc.).

El ámbito poblacional estudiado es el número de entradas a España por cualquier vía de acceso (carretera, aeropuerto, tren o barco). Los resultados de esta operación tienen un carácter censal, es decir, proporcionan una información del total de visitantes que cruzan las fronteras españolas.

Frontur es una estadística de carácter continuo y periodicidad mensual, en la que el tamaño de la muestra anual ha sido: 3,3 millones de aforos manuales en carretera, 63.000 encuestas personales

en carreteras, 720.000 encuestas en aeropuertos, 7.000 en trenes y 64.000 en puertos.

En el servidor de información del Instituto de Estudios Turísticos (www.iet.tourspain.es) se encuentran disponibles otros documentos metodológicos relativos a la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

4.2. EGATUR

EGATUR es una estadística de periodicidad mensual de carácter continuo que recoge información del viaje realizado por el visitante mediante la encuestación directa del mismo en el momento de su salida de España. En la actualidad, Egatur recoge información de los visitantes no residentes que acceden a España por aeropuerto, carretera y puerto.

La información de gasto recogida en Egatur se elabora a precios corrientes y por ello todas las menciones al gasto de los visitantes realizadas en este informe se refieren a precios corrientes.

La recogida de información se realiza mediante entrevista personal con ordenadores de mano que posibilitan la grabación, validación, registro y envío telemático de la información recogida en campo y aseguran la máxima calidad en los datos recogidos y la rapidez en la difusión de la información obtenida.

En líneas generales se puede considerar el cuestionario como un conjunto de preguntas estructuradas en cuatro grandes bloques:

- Identificación y caracterización básica del visitante
- Descripción del viaje
- Gastos realizados
- Información socio-demográfica y complementaria

Esta composición obliga al entrevistado a describir su viaje antes de preguntar por los gastos del mismo, lo que fomenta el recuerdo del mismo a la vez que sirve de control, al poder contrastar en el mismo momento de la entrevista las respuestas obtenidas en los diferentes apartados del cuestionario.

La información contenida en Egatur se centra sobre el valor agregado del gasto en turismo así como el gasto medio por persona y gasto medio diario, realizados directamente en España o en el país de residencia del visitante, desglosado según: tipología del visitante, país de residencia, duración de la estancia, comunidad autónoma de destino principal y de entrada, concepto de gasto (alojamiento, transporte, restauración, compras, etc.), vía de acceso, tipo de alojamiento, motivo del viaje, utilización de reservas completas de viajes (paquetes turísticos), etc.

Asimismo, Egatur proporciona información de gasto de los turistas en función de variables socio-demográficas, actividades realizadas, frecuencia viajera, grado de satisfacción con su visita a España, uso de Internet en relación con el viaje, forma de organización del viaje, etc.

Desde el año 2007, el diseño muestral es aleatorio estratificado por país de residencia, vías de acceso y pasos fronterizos. La muestra se agrupa en 21 estratos: nueve en la modalidad de carretera, nueve

por vía aérea y tres en puertos. Las entrevistas se realizan en 21 pasos fronterizos por carretera, 21 aeropuertos y siete puertos. Adicionalmente, se establecen cuotas mensuales mínimas por países de residencia.

El tamaño final de la muestra anual ha sido de 121.000 entrevistas, de las cuales, aproximadamente 28.000 se han obtenido en los puntos fronterizos situados en las carreteras, 89.000 en aeropuertos y 4.000 en puertos.

El marco de elevación de los resultados muestrales obtenidos en EGATUR son los datos de visitantes proporcionados por la estadística FRONTUR.

5. Glosario de términos

(1) Es **visitante** toda persona que se desplaza a lugar distinto de su entorno habitual, bien dentro o fuera de su país de residencia, por duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. La distinción entre las dos categorías posibles de visitantes (**turista / excursionista o visitante de un día**), responde únicamente al criterio de pernoctaciones realizadas en el/los lugar/es visitado/s: al menos una, en el primer caso, y ninguna en el segundo caso.

(2) El **gasto turístico** comprende los gastos realizados por el visitante o por cuenta del visitante durante su viaje a España así como los gastos previos al mismo (como puede ser el billete de avión, o la compra del paquete turístico).

(3) El **gasto medio por persona** es el gasto total realizado por el visitante (turista o excursionista) entre el número de visitantes (turistas o excursionistas).

(4) El **gasto medio diario o por persona y día** es el gasto total realizado por el turista entre el número total de pernoctaciones. También puede obtenerse este valor dividiendo el gasto medio por persona por la estancia media en el país o duración media del viaje (número medio de días que permanece un turista en el país).

(5) El **grupo turístico** lo componen las personas que viajan con el encuestado y que se supone realizan un comportamiento homogéneo, es decir, un conjunto de

personas cercanas con las que el turista realiza su viaje a España. En EGATUR los grupos turísticos se distinguen en función del parentesco, amistad u otras relaciones que unan a las personas con el entrevistado.

(6) El **paquete turístico** es un producto turístico comprado en una agencia de viajes o tour-operador a un precio global que incluye dos o más servicios (manutención, transporte, alojamiento, etc.). En el paquete turístico suele englobar las partidas de gasto relativas al transporte y a la hostelería en general pero el visitante no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio incluido en el mismo.

(7) Según **el lugar de realización del gasto turístico**, es decir, el lugar físico donde se realiza el pago, en EGATUR se podrían distinguir los gastos realizados en el país de residencia del visitante (origen) y los realizados en España (destino). En origen se incluyen los gastos de los visitantes en su país de residencia relacionados con su viaje a España y en destino se recogen los gastos de los visitantes realizados directamente en España.

La distinción del lugar de realización del gasto no es, en ningún caso, asimilable al gasto que finalmente revierte al lugar considerado, puesto que si un visitante pagase un determinado servicio en su país de residencia, podría suceder que una parte de ese gasto revierta a España y viceversa.

6. Anexo tablas

6.1. Tablas anexas de FRONTUR

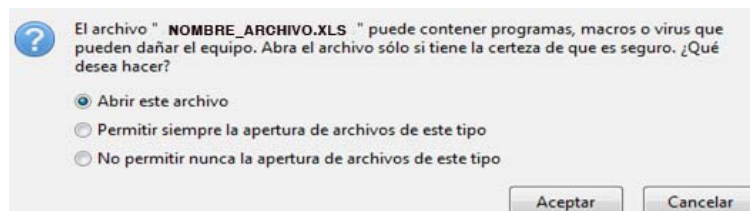
1. Visitantes internacionales, por meses, según tipología y vía de acceso. 2001-2011
2. Visitantes internacionales según tipo de visitante, vía y punto de acceso. 2010 y 2011 por trimestres
3. Turistas internacionales según motivo del viaje. 2010 y 2011 por trimestres
4. Turistas internacionales según tipo de alojamiento. 2010 y 2011 por trimestres
5. Turistas internacionales según forma de organización del viaje. 2010 y 2011 por trimestres
6. Turistas internacionales según uso de internet en relación con el viaje (vías de acceso: aeropuerto, carretera y barco). 2010 y 2011
7. Turistas internacionales según actividades realizadas durante el viaje (vías de acceso: aeropuerto, carretera y barco). 2010 y 2011
8. Turistas internacionales según composición del grupo turístico (vías de acceso: aeropuerto, carretera y barco). 2010 y 2011
9. Turistas internacionales según características socio-demográficas (vías de acceso: aeropuerto, carretera y barco). 2010 y 2011
10. Turistas internacionales, por meses, según comunidad autónoma de destino principal. 2001-2011
11. Turistas internacionales según comunidad autónoma de destino principal. 2009 y 2010 por trimestres
12. Excursionistas internacionales según comunidad autónoma de destino principal y vía de acceso. 2010 y 2011
13. Turistas internacionales, por meses, según país de residencia. 2001-2011
14. Turistas internacionales según país de residencia. 2010 y 2011 por trimestres
15. Turistas internacionales según país de residencia. 2010 y 2011
16. Excursionistas internacionales según país de residencia. 2010 y 2011 por trimestres

6.2. Tablas anexas de EGATUR

- Tabla 1. Gasto de los visitantes internacionales según vías de acceso y tipo de visitante
- Tabla 2. Gasto de los turistas según lugar de realización del gasto
- Tabla 3. Gasto de los turistas según país de residencia
- Tabla 4. Gasto de los turistas según comunidad autónoma de destino principal
- Tabla 5. Gasto de los turistas según motivo del viaje
- Tabla 6. Gasto de los turistas según forma de organización del viaje
- Tabla 7. Gasto de los turistas según tipo de alojamiento
- Tabla 8. Gasto de los turistas según la duración de la estancia
- Tabla 9. Gasto de los turistas según el mes de su visita
- Tabla 10. Gasto de los excursionistas según país de residencia
- Tabla 11. Gasto de los excursionistas según comunidad autónoma de destino principal

Puede abrir o descargar los ficheros excel adjunto al PDF que contiene esta relación de tablas

Atención: Es posible que le aparezca un mensaje de advertencia en referencia a que el archivo pueden contener programas, macros o virus que pueden dañar el equipo. Abra el archivo sólo si tiene la certeza de que es seguro. **¿Qué desea hacer?** **Todos los ficheros que adjunta el Instituto de Estudios Turísticos a documentos PDF, han sido revisados por antivirus y no contiene ningún tipo de código malicioso para el usuario.**



El Instituto de Estudios Turísticos, en virtud de lo establecido en el Real Decreto 561/2009, de 8 de abril, es el órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como de la elaboración, recopilación, valoración y difusión de estadísticas, datos y documentación relativos al mismo.

Además, el Instituto tiene como competencia la creación y difusión del conocimiento y de la inteligencia turística y la coordinación de la información sobre el sector turístico generada por las distintas unidades administrativas dependientes de la Secretaría de Estado de Turismo y del organismo autónomo Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA).

El trabajo de investigación que lleva a cabo el Instituto se centra en los aspectos económicos y socio-demográficos del turismo, para lo cual dispone de la información generada por las tres principales operaciones estadísticas que desarrolla: *Movimientos turísticos de los españoles* (Familitur), *Movimientos turísticos en fronteras* (Frontur) y *Encuesta de gasto turístico* (Egatur), todas ellas de periodicidad mensual.

El Instituto de Estudios Turísticos explota información estadística procedente de fuentes externas, como son la evolución de llegadas de pasajeros internacionales en compañías de bajo coste y el empleo en el sector turístico, información que difunde de manera periódica. Asimismo, difunde otra información estadística de interés procedente de otros organismos.

Estos contenidos, así como la documentación turística existente en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), se encuentra disponible en la página web: **www.iet.tourspain.es**.

INSTITUTO DE
ESTUDIOS
TURÍSTICOS

www.iet.tourspain.es

José Lázaro de Galdiano 6 - 28036 Madrid
Tel. +34 91 343 35 00 Fax +34 91 343 38 01

Informe anual 2011

Informe de
**Movimientos Turísticos
en Fronteras (Frontur)**

**Encuesta de Gasto
Turístico
(Egatur)**