

**Universidad
Politécnica
de Cartagena**

Trabajo Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Estudio del turismo doméstico de las regiones españolas a través de las matrices origen-destino

Enrique Flores Carretero

Tutor: José Miguel Navarro-Azorín

Cartagena, 2020

Resumen

Este trabajo explora las características del turismo doméstico en España entre 2016 y 2019 a partir de la información sobre los flujos turísticos de residentes en sus viajes a destinos del mismo país recogida en la Encuesta de Turismo de Residentes elaborada por el Instituto Nacional de Estadística. Utilizando la matriz origen-destino de los flujos turísticos domésticos se estiman indicadores de atracción turística relativa que se interpretan como medidas de competitividad turística. Adicionalmente, se evalúa el impacto de diferentes factores explicativos de la competitividad y destaca el peso de la accesibilidad del destino junto a la existencia de una oferta diversificada y de calidad.

Palabras clave: turismo doméstico, competitividad, interacción espacial

Abstract

This work analyses the characteristics of domestic tourism in Spain between 2016 and 2019 based on the information on tourist flows of residents in their trips to destinations in the same country collected in the Tourism Survey of Residents prepared by the National Institute of Statistics. Using the origin-destination matrix of domestic tourist flows, indicators of relative tourist attraction are estimated and interpreted as measures of tourist competitiveness. Additionally, it is evaluated the impact of different explanatory factors of competitiveness and the weight of the accessibility of the destination is highlighted along with the existence of a diversified and quality supply.

Keywords: domestic tourism, competitiveness, spatial interaction

Contenidos

1	Introducción.....	3
2	El turismo doméstico en España: una panorámica	5
2.1	Matriz de origen-destino de los flujos turísticos interiores.....	5
2.2	Descripción de los flujos turísticos interiores.....	6
2.3	Características del viaje y perfil del turista doméstico	11
3	Índices de atracción turística de las regiones españolas	13
3.1	Coefficientes de atracción turística relativa	14
3.2	Modelo de interacción competitiva aplicado al turismo inter-regional	17
3.3	Índices de atracción turística y competitividad.....	20
3.3.1	El ranking MoniTUR de competitividad turística de las Comunidades Autónomas españolas	21
3.3.2	Relación entre los índices de atracción relativa y los índices de competitividad turística de MoniTUR.....	23
4	Conclusiones.....	27
	Bibliografía.....	31

1 Introducción

El turismo desempeña un papel estratégico de primera magnitud en la economía española. La contribución de la actividad turística puede resumirse en dos datos: en 2018, el peso relativo del turismo fue del 12.3% sobre el producto interior bruto y del 12.7% sobre el empleo. En el contexto internacional, España ocupa el segundo lugar como destino turístico mundial tanto por la llegada de turistas internacionales como por los ingresos derivados de esas visitas. Sin duda, este protagonismo del turismo receptor explica el interés por el turismo internacional y, hasta cierto punto, una cierta falta de atención al turismo interno.

Sin embargo, el turismo interno, el protagonizado por los residentes que eligen destinos dentro del propio país para sus desplazamientos, es también importante. En 2019 los residentes en España realizaron 194 millones de viajes, de los cuales el 90% se dirigió a destinos domésticos. En comparación con los turistas internacionales, el gasto medio por persona en estos desplazamientos es notablemente inferior, y existe el riesgo de considerar este tipo de turismo como un segmento residual del mercado, ignorando así su excepcional repercusión en determinados destinos y tipologías turísticas. Adicionalmente, la existencia de una demanda turística interna donde progresivamente ganan popularidad los productos “*independientes del sol*” (Mallou et al., 2004) ofrece oportunidades evidentes para el desarrollo del sector no solo en el caso de destinos maduros, sino también en regiones donde la actividad turística todavía es incipiente.

Entre los trabajos que han analizado los flujos de turismo internos en España se pueden mencionar los elaborados por Llano-Verduras y de la Mata (2009), Garín y Moral (2011), de la Mata y Llano-Verduras (2012), Guardia-Gálvez et al. (2014), Álvarez-Díaz et al. (2017, 2020), etc. En general, estos estudios se concentran en el análisis de los flujos turísticos de residentes entre provincias o regiones españolas mediante modelos de gravedad. Álvarez-Díaz et al. (2020) resumen las conclusiones más relevantes de estas investigaciones en tres puntos: primero, la población y la renta son determinantes destacados de los flujos; segundo, la demanda doméstica de turismo puede entenderse como la demanda de un bien de lujo; y, tercero, la distancia es un factor clave para entender el comportamiento de los flujos turísticos interiores.

El objetivo de este trabajo es analizar la posición relativa de las comunidades autónomas españolas en el mercado turístico interior durante los últimos años, en concreto, entre 2016 y 2019. Para ello se consideran datos procedentes de la Encuesta de Turismo de Residentes elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, que permiten la construcción de una matriz de origen-destino de los flujos turísticos domésticos. El interés se concentra en determinar la capacidad de cada región para atraer turistas residentes frente al resto de regiones (es decir, una vez excluidos los flujos turísticos de residentes dirigidos a destinos del resto del mundo). La hipótesis subyacente es que esta capacidad de atracción refleja la competitividad del destino, de modo que valores más elevados del índice de atracción para una determinada comunidad autónoma deberían ser interpretarse como indicativos de una posición competitiva más ventajosa de la misma.

Desde el punto de vista metodológico, se consideran dos aproximaciones: en primer lugar, se calculan índices de atracción turística bilaterales a partir de la comparación de los flujos turísticos en los que están involucradas simultáneamente dos regiones; en segundo lugar, se adopta una metodología basada en un modelo de interacción competitiva espacial. La principal ventaja de este enfoque es su capacidad para generar indicadores de atracción/competitividad utilizando solo la información sobre los flujos turísticos entre las regiones. De este modo, la metodología basada en un modelo de interacción espacial puede entenderse como una alternativa a otras estrategias de construcción de indicadores de competitividad, mucho más exigentes en términos de recopilación de datos.

Después de esta introducción, el resto del trabajo se organiza como sigue. En el apartado 2 se presenta una caracterización de los flujos turísticos de residentes a partir de la Encuesta de Turismo de Residentes. El apartado 3 recoge los resultados del cálculo de los indicadores de atracción turística para las comunidades autónomas españolas, que además son confrontados con los indicadores de competitividad elaborados por Exceltur. Finalmente, el apartado 4 está dedicado a conclusiones.

2 El turismo doméstico en España: una panorámica

La principal fuente de información estadística empleada en este trabajo es la Encuesta de Turismo de Residentes elaborada por el Instituto Nacional de Estadística. Esta encuesta tiene como objetivo proporcionar estimaciones periódicas (mensuales, trimestrales y anuales) de las características principales de los viajes realizados por la población residente en España. Entre dichas características se incluyen el destino, la duración, motivo, tipo de alojamiento, medio de transporte utilizado, gasto, o el perfil sociodemográfico de los viajeros, entre otras.¹ La información se recopila mensualmente mediante aproximadamente 8000 entrevistas telefónicas y en algunos casos personales, que configuran una muestra de 16000 personas.

2.1 Matriz de origen-destino de los flujos turísticos interiores

Para el análisis del turismo interior en este trabajo construimos una matriz origen-destino de los flujos turísticos entre regiones con los datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE). Esta matriz proporciona información sobre el número de visitas que realizan los residentes de una comunidad autónoma a destinos situados en otras comunidades autónomas o en su propia comunidad.

La matriz de origen-destino con los flujos promedio entre las regiones españolas durante el periodo comprendido entre los años 2016 y 2019 se presenta en la **Tabla 1**. Cada fila de la matriz origen-destino recoge los viajes realizados por los residentes de una comunidad autónoma y su distribución en función de las comunidades autónomas de destino. De este modo, la suma de los valores de cada fila es igual al total de viajes realizados por los residentes de dicha comunidad a destinos interiores. Por ejemplo, la fila correspondiente a la Región de Murcia indica que, en promedio anual, entre los años 2016 y 2019 los residentes en esta comunidad realizaron 3.6 millones de visitas a destinos del propio país, de las cuales 328 visitas fueron a destinos de Andalucía, 252 mil visitas

¹ La metodología detallada que sigue esta encuesta puede consultarse en la siguiente dirección web: https://www.ine.es/daco/daco42/etr/etr_metodologia.pdf.

a Castilla-La Mancha, etc. Por otra parte, cada columna de la matriz origen-destino proporciona información sobre los viajes con destino en una determinada región y su distribución atendiendo a la comunidad autónoma de residencia de los viajeros. Fijándonos de nuevo en la Región de Murcia, los 4.1 millones de visitas recibidas en promedio tuvieron su origen en Andalucía (732 mil visitas), Aragón (15 mil visitas), etc.

Tabla 1. Matriz origen-destino de flujos turísticos domésticos (2016-2019)

	AND	ARA	AST	BAL	CAN	CTB	CYL	CLM	CAT	VAL	EXT	GAL	MAD	MUR	NAV	PVA	RIO
AND	22196.2	103.2	128.7	199.8	161.9	0.0	297.6	377.0	365.0	471.4	453.1	258.8	1589.7	327.6	0.0	142.5	0.0
ARA	202.0	3501.0	0.0	0.0	0.0	0.0	208.3	86.6	850.6	587.2	0.0	0.0	279.4	0.0	132.2	143.2	0.0
AST	139.0	0.0	2160.3	0.0	0.0	150.2	615.1	0.0	89.5	99.6	0.0	355.9	276.2	0.0	0.0	98.7	0.0
BAL	190.3	0.0	0.0	1611.5	0.0	0.0	0.0	0.0	377.3	153.7	0.0	0.0	245.2	0.0	0.0	0.0	0.0
CAN	227.6	0.0	0.0	0.0	4762.1	0.0	0.0	0.0	140.3	0.0	0.0	105.6	387.6	0.0	0.0	0.0	0.0
CTB	72.2	0.0	121.2	0.0	0.0	811.8	333.3	0.0	68.2	51.2	0.0	63.5	224.9	0.0	0.0	166.3	0.0
CYL	445.1	149.3	415.7	0.0	100.4	697.8	5538.1	106.5	225.2	480.8	214.1	522.9	1144.1	0.0	0.0	363.4	74.9
CLM	830.8	134.7	0.0	0.0	0.0	0.0	403.1	3104.8	149.7	1326.2	194.7	73.1	1323.0	251.9	0.0	0.0	0.0
CAT	1043.8	1451.6	0.0	570.8	264.5	0.0	452.1	286.3	19499.2	1093.9	0.0	314.2	988.1	0.0	0.0	394.5	0.0
VAL	921.2	763.5	0.0	206.8	0.0	0.0	296.3	1270.5	694.5	9246.0	0.0	0.0	947.1	506.9	0.0	124.3	0.0
EXT	913.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	185.3	107.8	0.0	58.6	1925.4	0.0	475.4	0.0	0.0	0.0	0.0
GAL	170.3	0.0	281.7	0.0	120.8	0.0	340.0	0.0	145.4	131.1	0.0	6710.2	501.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAD	3577.5	715.0	819.6	309.4	376.5	660.7	6735.9	6148.5	891.7	3593.2	1570.8	984.8	4034.7	593.7	172.7	616.6	183.3
MUR	731.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	72.2	280.4	117.3	760.7	0.0	0.0	315.5	1905.4	0.0	0.0	0.0
NAV	116.2	272.1	43.2	0.0	0.0	81.8	169.6	0.0	261.1	168.7	0.0	0.0	173.0	0.0	1166.6	306.1	78.1
PVA	311.1	470.3	220.3	75.1	121.2	1304.2	1611.6	0.0	483.6	376.9	129.8	249.3	569.5	0.0	736.3	2078.2	599.0
RIO	40.5	89.7	19.4	0.0	0.0	74.2	121.0	0.0	98.7	69.7	0.0	0.0	89.9	0.0	61.9	101.9	402.2

Miles de viajes anuales (promedios del periodo).

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

La matriz de origen-destino resume de este modo el conjunto de los flujos turísticos que tienen lugar entre las regiones españolas y, como veremos, hace posible un análisis más detallado del papel que desempeña cada una de las unidades espaciales (comunidades autónomas en este trabajo) que integran el sistema.

2.2 Descripción de los flujos turísticos interiores

De acuerdo con los datos proporcionados por la Encuesta de Turismo de Residentes (INE), entre 2016 y 2019 los residentes en España realizaron cada año un promedio de 191 millones de viajes, de los cuales 173 millones tuvo como destino una localización del propio país, mientras que el resto se dirigió a destinos del resto del mundo (**Tabla 2**). Por tanto, el turismo doméstico representa aproximadamente el 90.5% de los flujos turísticos emitidos en España. La duración media de estos viajes fue de 3.75 días (frente a los 7.98 días invertidos en promedio en los viajes a destinos del extranjero), con un gasto medio por persona de 46.58 euros diarios (también significativamente inferior al gasto medio en los desplazamientos al extranjero, 104.67 euros diarios).

Tabla 2. Flujos turísticos de residentes (2016-2019)

	Total	Extranjero	España	Dentro de la CCAA	A otra CCAA
Viajes	191,398,579	18,112,101	173,286,479	90,653,753	82,632,726
Duración media de los viajes	4.15	7.98	3.75	2.90	4.69
Pernoctaciones	793,080,182	143,648,378	649,431,804	262,251,711	387,180,093
Gasto medio diario por persona	56.93	103.67	46.58	33.58	55.38

Unidades: viajes, días, pernoctaciones, euros (promedios del periodo 2016-2019).

Fuente: Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

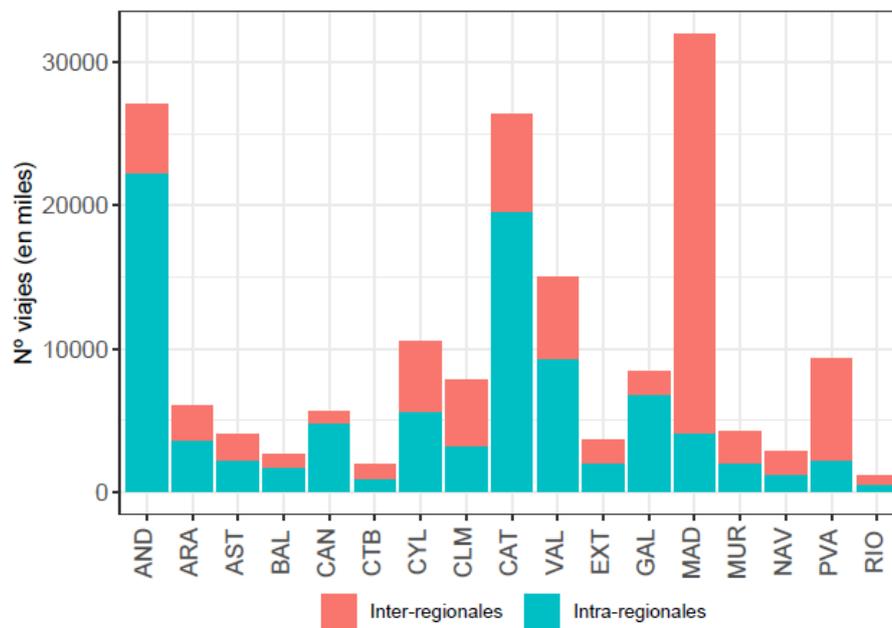
Dentro de los flujos turísticos interiores se incluyen tanto los viajes de los residentes de una comunidad a destinos de otras comunidades como los viajes a destinos de la propia comunidad autónoma. Estos últimos flujos de carácter intra-regional representan el 52.3% de los flujos domésticos totales y sugieren una marcada preferencia de la demanda turística nacional por destinos geográficamente próximos y conocidos, como puede esperarse de localizaciones en la misma comunidad autónoma de residencia.

El **Gráfico 1** muestra la distribución de los flujos turísticos domésticos en función de su región de origen. La mayor parte de los viajes fueron realizados por los residentes en las comunidades autónomas con una mayor población: Madrid (19.0% del total de flujos domésticos emitidos), Andalucía (16.1%) y Cataluña (15.7%). En el otro extremo, destaca la reducida participación de comunidades de menor tamaño como La Rioja (0.7%), Cantabria (1.1%) o Baleares (1.5%).

Dado que el tamaño de cada región condiciona su peso relativo como mercado emisor, una medida más apropiada es el número de viajes por residente, que obtenemos dividiendo los flujos turísticos interiores de salida por la población de la comunidad autónoma correspondiente. Los viajes realizados por los residentes por comunidades autónomas se presentan en el **Gráfico 2**. De este modo, es posible identificar las regiones cuyos residentes exhiben una mayor propensión a viajar a destinos nacionales; en concreto, en este grupo se incluyen Madrid, cuyos ciudadanos en promedio realizan 4.8 viajes anuales a destinos domésticos, Aragón (4.5 viajes por residente), Castilla y León y Navarra (4.4 viajes por residente en ambos casos). Entre las regiones con ciudadanos menos propensos a viajar a destinos del propio país se cuentan Baleares (2.2 viajes por residente), Canarias (2.5) y Murcia (2.8). Como referencia, durante el periodo analizado,

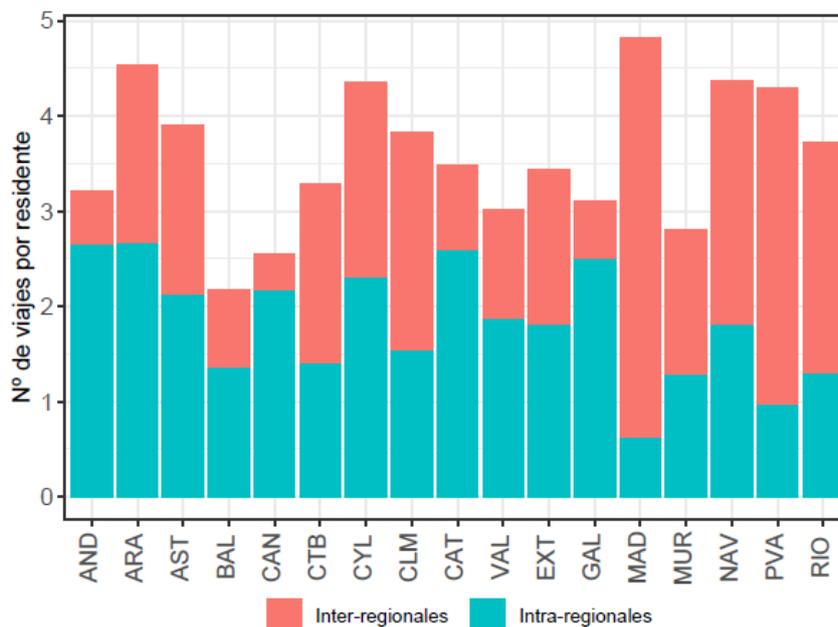
cada residente en España realizó un promedio de 3.6 viajes a destinos domésticos cada año.

Gráfico 1. Distribución de los flujos turísticos interiores por comunidades autónomas de origen (2016-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

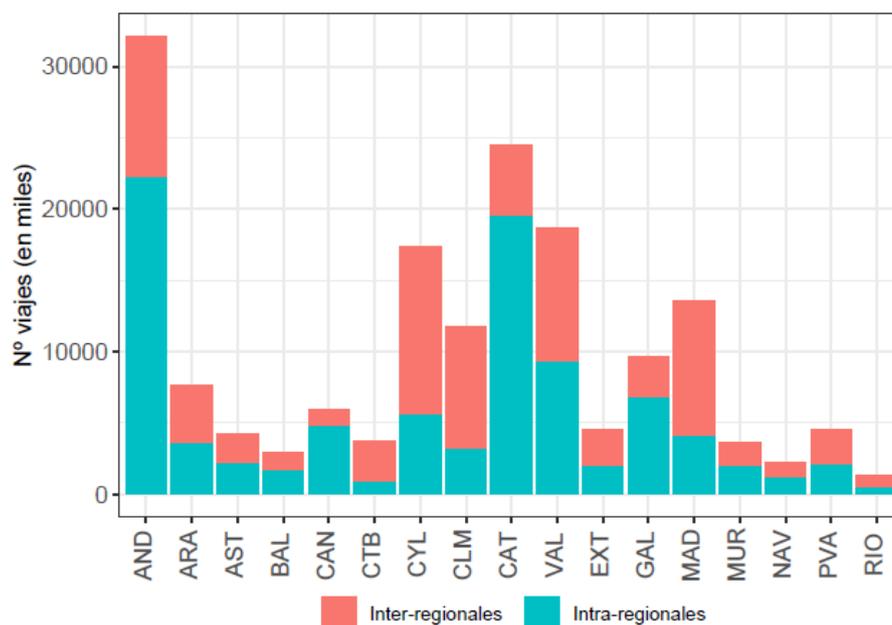
Gráfico 2. Viajes por residente (2016-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

En el **Gráfico 3** se muestra la distribución de los flujos turísticos domésticos por comunidades autónomas de destino. Hay cuatro regiones que acumulan más del 50% de los flujos turísticos interiores: Andalucía, destino para el 19.1% de los viajes; Cataluña, que es el destino del 14.5%; Valencia, elegida por el 11.1%; y Castilla y León, que recibe el 10.3% de los viajes. El resto de las comunidades autónomas tienen cuotas de participación más modestas, aunque puede destacarse el caso de las comunidades de Madrid y Castilla-La Mancha, que absorben el 8.1% y el 7.0%, respectivamente, del total de flujos turísticos interiores.

Gráfico 3. Distribución de los flujos turísticos interiores por comunidades autónomas de destino (2016-2019)



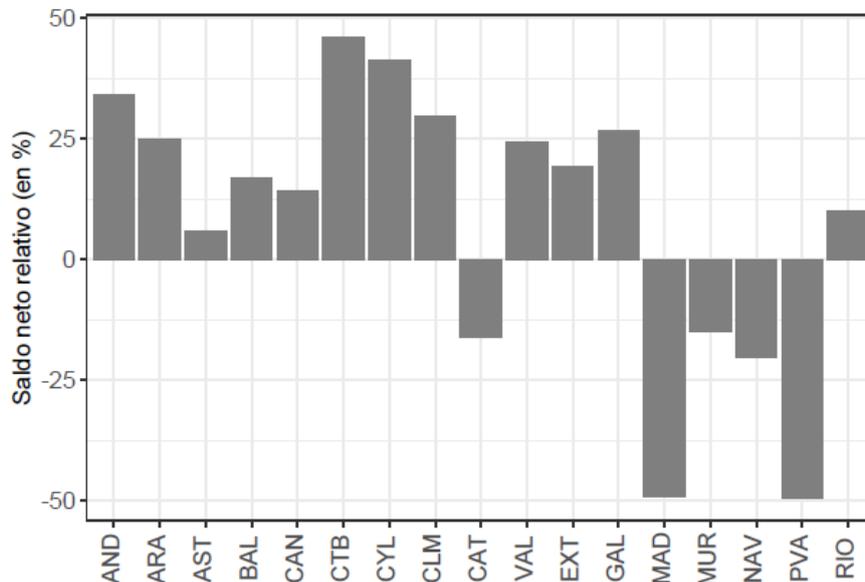
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

Por último, para completar la descripción de los flujos turísticos interiores, se ha calculado el saldo neto relativo para cada comunidad autónoma,

$$SN_i = \frac{E_i - S_i}{E_i + S_i}, \quad (1)$$

es decir, la ratio entre la diferencia entre el volumen de los flujos recibidos (E_i) menos los flujos emitidos (S_i) y los flujos turísticos con entrada o salida en la región i . Al dividir por el volumen medio de los flujos en los que participa la región, se obtiene una medida que aproxima mejor cuál es la posición de cada comunidad autónoma en el conjunto. Los saldos netos relativos calculados se presentan en el **Gráfico 4**, donde destaca la posición negativa de la comunidad de Madrid y del País Vasco. En el otro extremo, son reseñables los saldos positivos para Cantabria, Castilla y León, Andalucía y Castilla-La Mancha.

Gráfico 4. Saldo de flujos turísticos interiores por comunidades autónomas (2016-2019)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

2.3 Características del viaje y perfil del turista doméstico

La Encuesta de Turismo de Residentes recopila información adicional sobre el comportamiento de los turistas residentes. En concreto, a través de esta fuente estadística pueden identificarse aspectos como el tipo de alojamiento elegido por los turistas residentes o el motivo principal del viaje) y algunas características que componen el perfil personal del viajero (edad, sexo, nivel de estudios, relación con la actividad económica).

Las características definitorias del viaje aparecen resumidas en la **Tabla 3**. En cuanto al tipo de alojamiento, los residentes que optaron por destinos nacionales se alojaron preferentemente en viviendas de familiares y amigos (44.3%) y por segundas residencias (20.3% para el conjunto de viajes y, especialmente, en el caso de los viajes dentro de la misma comunidad autónoma, donde representan el 25.9% de los desplazamientos). Un 20.1% de los viajes está asociado a la elección de establecimientos hoteleros como fórmula de alojamiento, de nuevo con un desequilibrio importante según se consideren viajes dentro de la misma comunidad (11.3%) o destinos en otras comunidades

autónomas (29.8%). Los viajes realizados por los residentes tienen como motivo principal disfrutar de vacaciones (el 49.0% de los viajes responde a esta motivación); en segundo lugar, destaca como motivo las visitas a familiares y amigos (en el 37.5% de los viajes a destinos nacionales). Finalmente, en la distribución del gasto realizado por los turistas, hay tres partidas que destacan sobre el resto y representan aproximadamente el 75% del desembolso: alojamiento, transporte y restauración.

Tabla 3. Características del viaje

	Total	Extranjero	España	Dentro de la CCAA	A otra CCAA
Tipo de alojamiento					
Hotelero	23.0%	50.7%	20.1%	11.3%	29.8%
Vivienda en alquiler	7.4%	13.2%	6.8%	5.5%	8.2%
Resto de mercado	7.5%	8.6%	7.3%	8.1%	6.5%
Vivienda en propiedad	18.6%	2.4%	20.3%	25.9%	14.2%
Vivienda de familiares o amigos	42.4%	23.8%	44.3%	47.9%	40.4%
Resto de no mercado	1.1%	1.3%	1.1%	1.3%	0.9%
Motivo del viaje					
Ocio, recreo y vacaciones	50.2%	61.2%	49.0%	47.1%	51.1%
Visitas a familiares o amigos	36.2%	23.5%	37.5%	40.3%	34.4%
Negocios y otros motivos profesionales	8.5%	11.1%	8.2%	6.5%	10.2%
Otros motivos	5.1%	4.2%	5.2%	6.0%	4.3%
Gasto					
Gasto en paquete turístico	8.8%	18.3%	4.2%	1.8%	5.1%
Gasto en alojamiento	22.7%	19.9%	24.1%	23.2%	24.4%
Gasto en transporte	24.3%	28.9%	22.0%	18.4%	23.4%
Gasto en bares y restaurantes	23.5%	17.3%	26.6%	28.3%	25.8%
Gasto en actividades	4.5%	5.2%	4.2%	3.6%	4.4%
Gasto en bienes duraderos	1.3%	1.0%	1.5%	1.1%	1.6%
Otros gastos	14.9%	9.5%	17.6%	23.6%	15.1%

Unidades: Porcentajes respecto del número total de viajes durante el periodo 2016-2019.

Fuente: Encuesta de Turismo de Residentes (INE) y elaboración propia.

En cuanto al perfil de los turistas residentes, las características recopiladas por la Encuesta de Turismo de Residentes se sintetizan en la **Tabla 4**. Entre los viajeros residentes se detecta un ligero predominio de los hombres (51.4% de los viajeros mayores de 15 años), con una edad comprendida entre los 30 y los 64 años (66.9% del total), nivel de estudios secundarios o superiores (los viajeros con estudios primarios o sin estudios solo suponen el 8.5%) y mayoritariamente ocupados (62.8% de los turistas residentes).

Tabla 4. Perfil del viajero

	Total
Sexo	
Hombres	51.4%
Mujeres	48.6%
Edad	
De 15 a 29 años	20.7%
De 30 a 44 años	30.9%
De 45 a 64 años	36.0%
65 y más años	12.4%
Educación	
Primaria o inferior	8.5%
Secundaria primera etapa	21.4%
Secundaria segunda etapa	22.8%
Superior	47.3%
Relación con la actividad	
Ocupado/a	62.8%
Parados	8.6%
Jubilados	12.0%
Otros inactivos	16.6%

Unidades: Porcentajes respecto del número total de viajes de la población residente de 15 y más años durante el periodo 2016-2019.
Fuente: Encuesta de Turismo de Residentes (INE) y elaboración propia.

3 Índices de atracción turística de las regiones españolas

El análisis descriptivo de los flujos turísticos interiores indica que unas regiones son mucho más atractivas que otras. Sin embargo, es mucho más difícil identificar qué características o atributos hacen que unas regiones sean relativamente más atractivas que otras para los turistas. El objetivo de este apartado es obtener indicadores sintéticos que resuman la capacidad de atracción turística de cada región en comparación con el resto mediante la aplicación de dos propuestas metodológicas alternativas. En concreto, consideramos los coeficientes de atracción relativa introducidos en Guardia-Gálvez et al. (2014) y los coeficientes de atracción implícitos en un modelo de interacción competitiva. El concepto de atractivo turístico tiene un carácter relativo: no disponemos de una escala de referencia o unidades que nos permitan medir la capacidad de atracción de un destino

en términos absolutos. No obstante, si es posible construir indicadores que permitan ordenar los destinos en función de su capacidad de atracción. En este sentido, es habitual recurrir a variables como el número total de turistas que visitan cada destino, de manera que valores más elevados de esta magnitud se asocian a un mayor atractivo turístico. Alternativamente, el volumen de turistas recibidos puede relativizarse por alguna medida del tamaño del destino como por ejemplo su capacidad hotelera, empleo turístico, etc. También en este caso, valores más elevados del indicador resultante se interpretan como señal de un mayor atractivo de la región. Finalmente, otra posibilidad consiste en utilizar los flujos turísticos netos de cada destino (en relación o no a una medida de tamaño), con una interpretación análoga a los indicadores reseñados previamente.

3.1 Coeficientes de atracción turística relativa

Guardia-Gálvez et al. (2014) proponen utilizar la matriz de origen-destino de flujos turísticos entre regiones para calcular coeficientes interregionales de atracción turística. Estos coeficientes indican el nivel de atracción de cada región y se definen como:

$$a_{ij} = \frac{T_{ij}}{\sum_i T_{ij}} \times \frac{\sum_i \sum_j T_{ij}}{\sum_j T_{ij}}, \quad (2)$$

donde T_{ij} es el flujo de visitantes con origen en la región i y destino en la región j . El coeficiente de atracción simplemente relaciona el peso relativo de los flujos entre la región i y la región j sobre el total de flujos de visitantes recibidos por la región j con el peso relativo que tienen los flujos con origen en la región i sobre el total de flujos interiores; de este modo, se obtiene un valor del coeficiente a_{ij} superior (inferior) a la unidad cuando los flujos con origen en la región i que recibe la región j son relativamente más (menos) importantes que los que recibe el conjunto de los destinos en promedio. En consecuencia, consideramos que la región j es relativamente atractiva como destino turístico para los residentes en la región i cuando el coeficiente a_{ij} es mayor que uno.

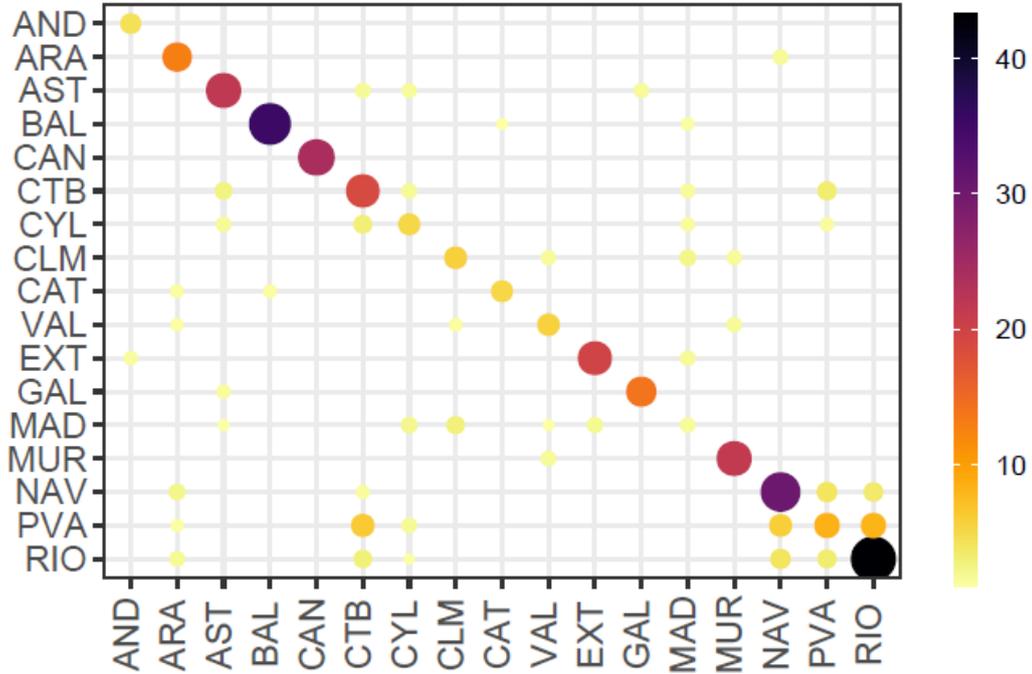
Los coeficientes de atracción turística relativa se han calculado utilizando los flujos turísticos interiores agregados para el periodo 2016-2019. En el **Gráfico 5** se recogen los resultados. Los coeficientes de atracción del panel A se obtienen para la totalidad de los flujos turísticos interiores (incluyendo los flujos con origen y destino en la misma

comunidad autónoma) y confirman la elevada capacidad de atracción que ejercen los destinos situados en una misma región con respecto a los turistas residentes en la misma. Esto es especialmente significativo en el caso de La Rioja, Baleares, Navarra y Canarias. Para obtener una visión más clara del esquema que prevalece en los flujos entre regiones diferentes, también se calcularon los coeficientes de atracción turística una vez excluidos los elementos de la diagonal principal de la matriz de origen-destino de flujos interiores (los flujos con origen y destino en la misma comunidad autónoma). Como se aprecia en el panel B, los mayores coeficientes de atracción corresponden a pares de regiones próximas entre sí. Por ejemplo, los flujos de visitantes procedentes del País Vasco están sobrerrepresentados en La Rioja y, simultáneamente, los visitantes con origen en esta última comunidad autónoma tienen un peso relativo superior a la media sobre el total de visitantes que recibe el País Vasco. Situaciones similares se detectan para otros pares de regiones: Asturias-Galicia, Cataluña-Baleares, Valencia-Murcia, etc. Adicionalmente, puede destacarse el papel como atractores de algunas comunidades como Andalucía, Cataluña y Madrid, con coeficientes de atracción relativa superiores a la unidad en un mayor número de comparaciones bilaterales.

En resumen, los coeficientes de atracción turística sugieren que la distancia desempeña un papel crucial en la ordenación de los flujos turísticos entre las regiones españolas. Los residentes en cada región muestran en todos los casos una mayor propensión relativa a viajar a destinos situados en la propia comunidad o, alternativamente, a destinos en comunidades geográficamente próximas.

Gráfico 5. Coeficientes de atracción turística entre las regiones españolas.

A. Flujos totales.



B. Flujos inter-regionales.



Fuente: Elaboración propia.

3.2 Modelo de interacción competitiva aplicado al turismo inter-regional

Un problema común a todos los indicadores anteriores es que ignoran el efecto potencial de la geografía. En efecto, un destino podría recibir unos flujos elevados de turistas simplemente porque ocupa una localización muy próxima a otras regiones con una gran población. En este caso, el atractivo turístico estaría más relacionado con su posición geográfica que con cualquier otro atributo. En el extremo opuesto, podríamos encontrar regiones que reciben pocos turistas simplemente porque su posición geográfica las hace más inaccesibles para el resto.

Los indicadores de atractivo turístico que consideramos permiten evaluar la capacidad de atracción una vez descontado el potencial efecto de la ubicación geográfica de una región. Para construir estos indicadores partimos de la hipótesis de que los turistas eligen el destino teniendo en cuenta el conjunto de atributos que lo caracterizan. En el proceso de decisión, los turistas valoran cada uno de los posibles destinos y eligen aquél con un valor implícito superior al resto. Como veremos a continuación, la metodología permite estimar la valoración (relativa) asociada a cada destino a partir de los flujos turísticos interregionales observados.

Consideremos el siguiente modelo para los flujos turísticos interregionales:

$$T_{ij} = O_i \frac{A_j d_{ij}^\gamma}{\sum_k A_k d_{ik}^\gamma} \eta_{ij} \quad (3)$$

donde T_{ij} representa el número de viajes entre la región i y la región j ; O_i representa el número total de viajes con origen en la región i ; A_j representa el atractivo turístico global del destino j que es independiente de su localización geográfica; d_{ij} representa la distancia geográfica entre las regiones i y j ; γ es un parámetro que captura la intensidad del efecto de la distancia sobre los flujos turísticos entre las regiones; y, finalmente, η_{ij} es un término de error que representa otras características idiosincráticas que únicamente afectan a los flujos entre la región i y la región j .

El modelo (3) puede reescribirse como un modelo lineal de la forma:

$$\ln T_{ij} - \frac{1}{n} \sum_k \ln T_{ik} = \ln A_j - \frac{1}{n} \sum_k \ln A_k + \gamma \left[\ln d_{ij} - \frac{1}{n} \sum_k \ln d_{ik} \right] + \varepsilon_{ij}, \quad (4)$$

donde ε_{ij} es un término de error. En esta especificación, dado que el término $\sum_k \ln A_k$ es constante para todos los orígenes, podemos considerar una expresión alternativa:

$$\ln T_{ij} - \frac{1}{n} \sum_k \ln T_{ik} = \beta_j + \gamma \left[\ln d_{ij} - \frac{1}{n} \sum_k \ln d_{ik} \right] + \varepsilon_{ij}, \quad (5)$$

donde $\beta_j = \ln A_j - C$, dado $C = \sum_k \ln A_k$. La estimación de los términos β_j se obtiene entonces a través de un modelo de regresión lineal que incluye n variables dummy (una variable para cada uno de los destinos considerados):

$$\ln T_{ij} - \frac{1}{n} \sum_k \ln T_{ik} = \beta_1 D_1 + \dots + \beta_n D_n + \gamma \left[\ln d_{ij} - \frac{1}{n} \sum_k \ln d_{ik} \right] + \varepsilon_{ij}. \quad (6)$$

Una vez estimado el modelo de regresión (6), consideramos los índices de atracción turística normalizados:²

$$RIA_j = \frac{\exp(\beta_j)}{\frac{1}{n} \sum_k \exp(\beta_k)}. \quad (7)$$

La interpretación de estos indicadores es inmediata: valores más elevados del indicador están ligados a una mayor capacidad de atracción de los flujos turísticos por el destino. Adicionalmente, valores por encima de la unidad son representativos de una capacidad de atracción superior a la media para el conjunto de destinos.

El método descrito previamente se ha aplicado a los flujos de turismo doméstico en España durante el periodo comprendido entre 2016 y 2019 recogidos en la matriz origen-destino. Para calcular la distancia entre regiones se considera la distancia aérea entre los centros geográficos de cada comunidad autónoma.³ La estimación de la especificación econométrica (6) se presenta en la **Tabla 5**.⁴ Como se ha indicado, este modelo permite

² Adviértase que $A_j = \exp(\beta_j + C)$ y que, por tanto, $RIA_j = A_j / \bar{A}$.

³ Otras alternativas ensayadas, como usar la posición geográfica de las capitales o sedes administrativas de las comunidades autónomas, no alteran los resultados presentados en este trabajo.

⁴ Para la estimación del modelo se han considerado la totalidad de los flujos turísticos domésticos (inter e intra-regionales). La estimación cuando se excluyen los flujos intra-regionales produce resultados similares.

obtener estimaciones de los índices de atracción turística para cada una de las regiones teniendo en cuenta su posición geográfica. Por otra parte, estos índices constituyen una medida que sintetiza el valor relativo de la cesta de atributos que definen cada destino turístico sin necesidad de identificar qué atributos o características en concreto integran dicha cesta y cuál es su peso relativo en la misma.

Tabla 5. Estimación de índices de atracción turística relativa

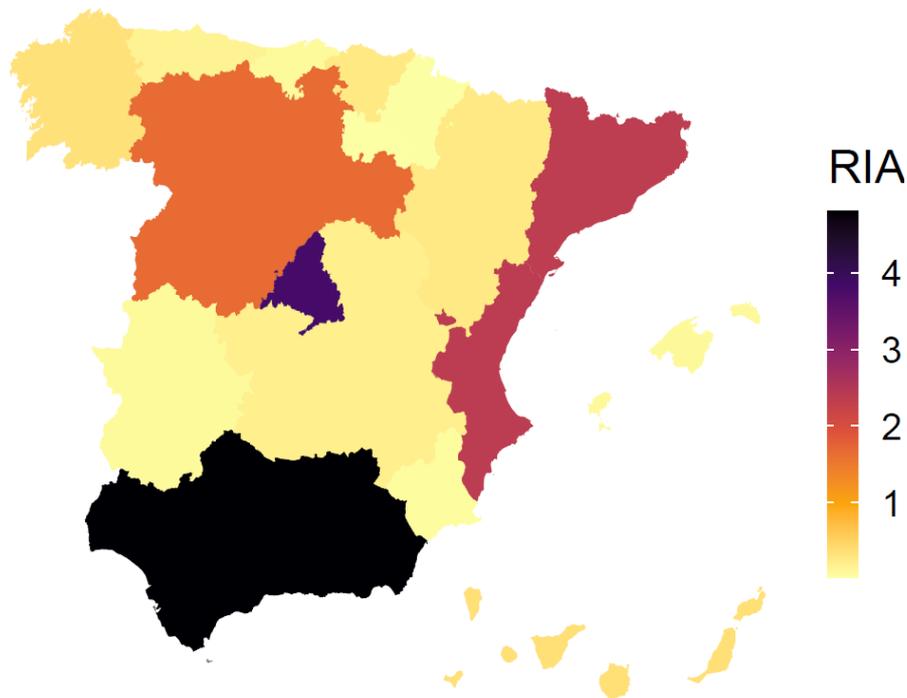
	coef.	s.e.	t-stat	Pr(> t)
Andalucía	2.7178	0.4157	6.5370	0.0000
Aragón	-0.1793	0.4158	-0.4310	0.6667
Asturias	-0.6723	0.4156	-1.6180	0.1069
Balears, Illes	-1.1720	0.4160	-2.8170	0.0052
Canarias	0.1401	0.4252	0.3300	0.7420
Cantabria	-1.2692	0.4158	-3.0520	0.0025
Castilla y León	1.6581	0.4159	3.9870	0.0001
Castilla-La Mancha	-0.4487	0.4159	-1.0790	0.2815
Cataluña	2.0080	0.4156	4.8310	0.0000
Comunitat Valenciana	2.0141	0.4156	4.8460	0.0000
Extremadura	-1.2734	0.4156	-3.0640	0.0024
Galicia	0.0923	0.4158	0.2220	0.8245
Madrid	2.4869	0.4160	5.9780	0.0000
Murcia	-1.5755	0.4156	-3.7910	0.0002
Navarra	-2.0967	0.4160	-5.0400	0.0000
País Vasco	-0.1608	0.4160	-0.3870	0.6993
Rioja, La	-2.2694	0.4163	-5.4520	0.0000
Distancia	-0.9752	0.0674	-14.4740	0.0000
s.e. residuos	1.7140			
R ² ajustado	0.6023			
Estadístico F	25.31 (0.0000)			
Observaciones	289			

Estimación de los parámetros de la ecuación (6) del texto principal (método OLS). Las variables explicativas son dummies para cada una de las comunidades autónomas y la distancia entre los centros geográficos de cada comunidad.

Los índices de atracción turística regionales se representan en el **Gráfico 6**. Estos resultados sugieren varias conclusiones especialmente interesantes. En primer lugar, destaca la posición destacada que ocupan comunidades como Andalucía o Madrid, que aparecen como los destinos con mayor capacidad de atracción para el turismo doméstico. Cataluña y la Comunidad Valenciana, por su parte, ocupan los siguientes puestos en términos de atractivo turístico; mientras que el resto de las comunidades autónomas

(exceptuando en cierta medida a Castilla-León) quedan relegadas a un papel secundario según este mismo indicador.

Gráfico 6. Índices de atracción turística relativa



Fuente: Elaboración propia.

3.3 Índices de atracción turística y competitividad

Los indicadores de atracción turística estimados en el apartado anterior pueden interpretarse como una medida de la competitividad de los destinos en el contexto del mercado turístico interior. Dado que se obtienen a partir de la información sobre los flujos turísticos observados entre las regiones españolas, pueden entenderse como indicadores de competitividad revelada, que contrastan con otros indicadores de competitividad basados en los valores de un conjunto de determinantes que a priori influyen sobre la competitividad del destino. Este último es el enfoque adoptado para la definición de los índices de competitividad turística que Exceltur emplea para elaborar el ranking de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas (MoniTUR),

que describimos brevemente a continuación. En una segunda etapa, examinamos la relación entre los diferentes componentes o pilares que integran el indicador global de competitividad de Exceltur y el índice de atracción turística estimado. De este modo, ofrecemos dos perspectivas complementarias de la posición relativa de las regiones españolas en el mercado turístico doméstico.

3.3.1 El ranking MoniTUR de competitividad turística de las Comunidades Autónomas españolas

En 2009 la asociación de empresas turísticas Exceltur⁵ puso en marcha el proyecto MoniTUR como un marco metodológico que permitiera aproximar los niveles de competitividad relativa de las comunidades autónomas españolas.⁶ El resultado es un ranking de competitividad que ordena a las comunidades autónomas en función de sus registros en un amplio rango de indicadores agrupados en siete áreas o pilares. Este ranking se concibe como un instrumento objetivo para orientar las políticas turísticas de cada región, dado que permite identificar los puntos fuertes (ventajas competitivas) y débiles (desventajas competitivas) que repercuten a nivel local sobre la capacidad de desarrollo sostenible del sector turístico.

En la última edición publicada, MoniTUR analiza y evalúa un conjunto de 82 indicadores por se agrupan 32 ámbitos de competitividad, que se recogen a su vez en los 7 pilares siguientes:

PILAR 1. Visión de marketing estratégico y apoyo comercial. Recoge la estrategia de cada comunidad dirigida a poner en conocimiento del mercado su oferta turística estructurada por líneas de productos y que ayudan a mejorar la capacidad de venta empresarial y las facilidades on-line para el consumidor, de informarse y adquirirlos directamente en origen.

⁵ Exceltur es una asociación sin ánimo de lucro que reúne a grandes empresas vinculadas con la actividad turística. Sus objetivos son potenciar un mayor reconocimiento del impacto de la actividad turística en la economía española e impulsar iniciativas que impulsen la competitividad del sector.

⁶ MoniTUR emula, a nivel de las regiones españolas, la iniciativa de otras organizaciones internacionales como el World Economic Forum de Davos, que elabora un Monitor Internacional de Competitividad.

PILAR 2. Accesibilidad y conectividad por medios de transporte. Recoge la capacidad de acceso del turista a cada comunidad por los medios de transporte disponibles más eficientes en términos de comodidad y tiempo (aéreo, ferroviario, carretera).

PILAR 3. Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico. Valora los atributos y atractivos del destino que disfruta el turista en los destinos de la comunidad a que viaja, en la medida en que son determinantes de la satisfacción final.

PILAR 4. Diversificación y estructuración de productos turísticos. Evalúa la dotación y variedad de recursos y productos turísticos disponibles, las estrategias de valorización turística, los instrumentos empleados en su gestión y los resultados derivados de su capacidad de diferenciar la oferta turística del destino.

PILAR 5. Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos. Examina la gestión de los recursos humanos empleados por el sector y los niveles de conocimiento y formación que acumulan bajo la hipótesis de que el capital humano es un elemento determinante de la gestión del sector y de la satisfacción de los turistas.

PILAR 6. Prioridad política y gobernanza turística. Aproxima los grados de convicción y compromiso de los gobiernos autonómicos para ejercer un liderazgo e impulsar una visión estratégica transversal del turismo que combine las visiones de los grupos de interés públicos y privados.

PILAR 7. Desempeño: resultados económicos y sociales. Evalúa los efectos finales que se derivan de una mayor competitividad del destino, que se verán reflejados en los ingresos turísticos, el grado de estacionalidad, la satisfacción del turista o en el impacto del sector sobre la economía en términos de empleo y renta.

Como resultado de la agregación de todos los pilares de MoniTUR, cada comunidad autónoma se clasifica en función de un índice numérico cuyo valor medio es 100. Se trata por tanto de indicadores relativos y, consecuentemente, valores del índice inferiores a 100 únicamente indican que la comunidad autónoma correspondiente tiene un desempeño por debajo de la media nacional, sin que pueda interpretarse necesariamente como síntoma de un desempeño negativo dados los condicionantes locales. Análogamente, que una comunidad autónoma obtenga el mayor valor para un indicador no debe interpretarse como indicación de una gestión óptima en ese ámbito.

Los resultados de la última edición de MoniTUR disponible, elaborada con datos correspondientes a 2018, se presentan en la **Tabla 6**. Desde el punto de vista del índice global de competitividad relativa, las comunidades autónomas mejor posicionadas son País Vasco, Canarias, Madrid; mientras que las últimas posiciones del ranking están ocupadas por Aragón, Extremadura y La Rioja. No obstante, es importante subrayar que un mejor posicionamiento en términos globales en general no está asociado a un buen desempeño en todos y cada uno de los pilares (puede ponerse como ejemplo el caso del País Vasco, en primera posición del ranking global pero relativamente rezagado en términos de resultados económicos asociados al turismo).

Tabla 6. Índices de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas (2018).

Comunidad Autónoma	PILAR 1	PILAR 2	PILAR 3	PILAR 4	PILAR 5	PILAR 6	PILAR 7	GLOBAL
Andalucía	118.0	109.1	88.9	109.6	101.8	105.4	117.8	107.2
Aragón	88.9	89.8	94.0	96.9	79.6	98.8	89.5	91.1
Asturias	101.7	85.3	109.6	86.1	104.2	96.3	81.8	95.0
Baleares, Illes	89.8	119.5	101.1	101.1	121.3	83.8	127.2	106.3
Canarias	117.6	121.4	107.3	100.2	98.8	97.2	135.6	111.2
Cantabria	108.1	87.1	100.1	85.3	97.0	90.3	81.9	92.8
Castilla y León	103.0	89.8	101.7	95.5	87.8	111.1	90.0	97.0
Castilla - La Mancha	89.6	103.3	94.4	95.0	84.6	99.0	89.3	93.6
Cataluña	102.2	117.6	97.3	140.3	103.1	76.4	121.2	108.3
Comunitat Valenciana	106.3	108.3	95.4	121.3	100.6	120.5	107.7	108.6
Extremadura	94.5	79.3	94.1	90.5	87.6	105.2	87.0	91.2
Galicia	100.4	82.7	99.8	92.5	104.9	101.8	88.8	95.9
Madrid	87.2	155.9	95.2	108.2	116.2	86.9	120.0	109.9
Murcia	102.5	97.9	85.6	94.4	77.8	118.2	87.9	94.9
Navarra	88.0	91.9	104.1	95.4	100.0	98.4	88.3	95.2
País Vasco	118.6	104.0	114.5	104.2	136.7	111.4	98.8	112.6
Rioja, La	83.4	84.5	116.0	81.1	88.3	99.2	87.2	91.4

Fuente: MoniTUR2019 (Exceltur).

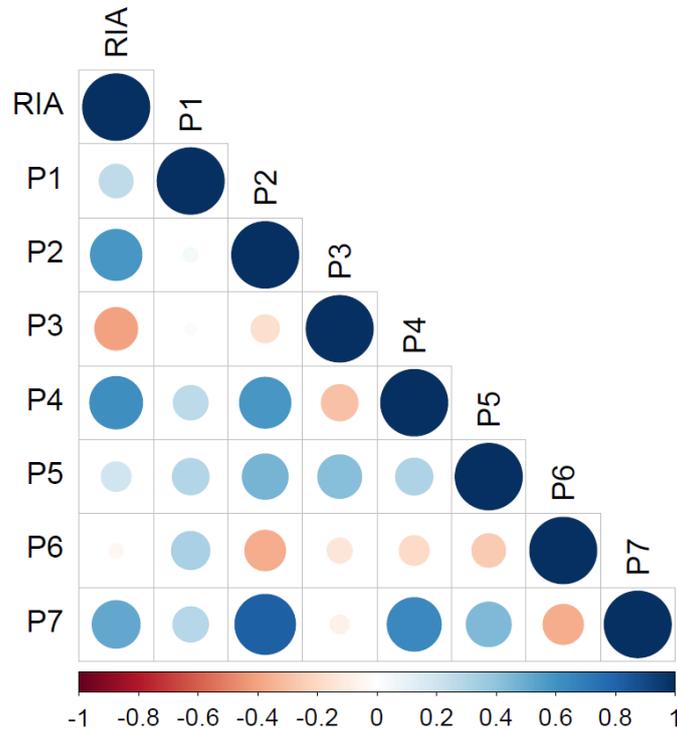
3.3.2 Relación entre los índices de atracción relativa y los índices de competitividad turística de MoniTUR

El objetivo de este apartado es identificar qué factores determinan la distribución de los índices de atracción turística relativa estimados. Para ello consideramos como potenciales factores explicativos los índices de competitividad turística de MoniTUR para cada uno de los pilares definidos previamente en tanto que constituyen indicadores sintéticos que resumen múltiples aspectos en diferentes áreas.

En este punto, es importante destacar el valor añadido del enfoque que proponemos. Tanto los indicadores de atracción relativa que hemos estimado como los índices de competitividad ofrecen una medida de la posición de cada una de las regiones en el mercado turístico doméstico; sin embargo, el índice de competitividad global MoniTUR se calcula sumando los índices correspondientes a cada uno de los pilares. Esto último implica que cada uno de los pilares recibe la misma ponderación en el cálculo del índice de competitividad y que, en consecuencia, no podemos obtener conclusiones sobre la mayor o menor relevancia de cada uno de los pilares como determinantes de la competitividad de las comunidades autónomas. Por el contrario, los índices de atracción turística relativa se calculan exclusivamente con la información recogida por la matriz de flujos turísticos interiores y por tanto no incorporan ningún supuesto sobre el peso relativo de ningún potencial determinante de la competitividad turística. En definitiva, la estimación de índices de atracción turística utilizando solo los datos sobre los flujos de turistas entre comunidades autónomas, en combinación con la información proporcionada por MoniTUR nos permite profundizar en las fuentes explicativas de la posición competitiva de cada región en el mercado turístico interior.

En el **Gráfico 7** se muestran gráficamente las correlaciones existentes entre los diferentes indicadores de competitividad y el índice de atracción turística relativa (RIA). El examen de estas correlaciones proporciona una visión de conjunto que permite hacer una primera valoración de la relevancia que cada uno de los indicadores como determinantes de la competitividad turística regional. Por ejemplo, tres de los pilares (PILAR 2, PILAR 4 y PILAR 7) aparecen destacados sobre el resto por su relación con el indicador de atracción y, por otra parte, el PILAR 2 y el PILAR 7 exhiben una elevada correlación entre ambos.

Gráfico 7. Correlación entre indicadores.



Fuente: Elaboración propia.

Para evaluar qué papel específico desempeña cada uno de los pilares como determinantes de la competitividad turística de las regiones consideramos el siguiente modelo de regresión:

$$RIA_i = \alpha_0 \times P1_i^{\alpha_1} \times P2_i^{\alpha_2} \times \dots \times P7_i^{\alpha_7}, \quad (8)$$

donde RIA_i es el índice de atracción correspondiente a la región i ; $P1_i, \dots, P7_i$ son los valores del índice para cada uno de los pilares de competitividad definidos en MoniTUR.⁷ Los coeficientes α_p ($p = 1, \dots, 7$) representan elasticidades; esto último significa que α_p es aproximadamente el cambio esperado en el índice de atracción turística relativa que sigue a un aumento del 1% en el índice asociado al pilar de competitividad p .

⁷ Alternativamente, también se ha estimado un modelo para el índice de atracción turística estandarizado por la población de cada región. Los resultados son comparables a los presentados y no se reproducen aquí.

La estimación del modelo de regresión (8) se presenta en la **Tabla 7**. En la estimación se ha descartado el PILAR 7 de MoniTUR para evitar problemas de multicolinealidad debido a que este indicador está fuertemente correlacionado con el indicador del PILAR 2.⁸ Los resultados sugieren que la capacidad de atracción de las comunidades autónomas está condicionada significativamente por la accesibilidad, volumen y calidad de su oferta turística. En concreto, el índice de atracción turística relativa aumenta conforme mejora la accesibilidad y conectividad del destino (PILAR 2), o como consecuencia de una mayor diversificación e incremento de la calidad de los productos turísticos ofertados (PILAR 4). Adicionalmente, los factores incluidos en el PILAR 6, que reflejan el grado de implicación y compromiso de los agentes públicos locales con el desarrollo del destino turístico también aparecen como un determinante clave de la capacidad de las comunidades autónomas para captar los flujos turísticos del mercado doméstico. En el otro extremo, resulta algo sorprendente que el PILAR 5, que captura aspectos relativos a recursos y capital humano no sea estadísticamente relevante, un resultado que posiblemente pueda explicarse por la correlación existente entre los registros del índice de este pilar y los asociados al PILAR 4. En este sentido, puede interpretarse que el desarrollo de nuevos productos turísticos y las mejoras en su calidad está inevitablemente unido al acceso a recursos humanos mejor preparados, de manera que el efecto de esta última variable ya está capturado por el conjunto de variables del PILAR 4. Y, por supuesto, también es sorprendente que el PILAR 3 tenga un efecto negativo sobre la capacidad de atracción turística de las comunidades, un resultado que puede interpretarse más como una anomalía estadística.

⁸ Es importante advertir también que las variables que entran en el cálculo del indicador del PILAR 7 son, en su mayoría, variables de demanda.

Tabla 7. Determinantes del índice de atracción turística relativa

	coef.	std. error	z-value	Pr(> z)
(Intercept)	-21.3408	19.3785	-1.1013	0.2708
PILAR 1	2.7990	1.6533	1.6930	0.0905
PILAR 2	3.4374	1.4668	2.3435	0.0191
PILAR 3	-8.2838	4.6602	-1.7776	0.0755
PILAR 4	3.4037	1.1002	3.0936	0.0020
PILAR 5	1.8080	3.0804	0.5869	0.5572
PILAR 6	1.3015	0.7396	1.7598	0.0784
R ² ajustado	0.8548			
Observaciones	17			

Estimación de los parámetros de la ecuación (8) del texto principal por GLM.

Las variables explicativas son:

- PILAR 1 Visión de marketing estratégico y apoyo comercial.
- PILAR 2 Accesibilidad y conectividad por medios de transporte.
- PILAR 3 Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico.
- PILAR 4 Diversificación y estructuración de productos turísticos.
- PILAR 5 Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos.
- PILAR 6 Prioridad política y gobernanza turística.

4 Conclusiones

El turismo doméstico incluye los movimientos realizados por los residentes en un país para visitar destinos situados en el propio país. En el caso de España, el 90% de los viajes turísticos realizados por los residentes tuvo un destino en alguna de las comunidades autónomas españolas lo que supone un promedio anual de en torno a 170 millones de viajes. En comparación con los turistas internacionales, hablamos de viajeros que realizan un gasto medio diario notablemente inferior y optan con mayor frecuencia por alternativas de alojamiento no hoteleras. Lo anterior sin duda explica en gran medida el comparativamente menor interés que suele prestarse a este segmento del mercado turístico, a pesar de que para muchos destinos constituye la base de su actividad. En consecuencia, creemos que cualquier esfuerzo por mejorar nuestro conocimiento del turismo doméstico está plenamente justificado.

Este trabajo está dedicado al análisis del turismo doméstico en España durante los años más recientes. Los datos estadísticos empleados se han obtenido de la Encuesta de Turismo de Residentes elaborada por el INE anualmente. En concreto, hemos

considerado la información referida a los años comprendidos entre 2016 y 2019 con el máximo grado de desagregación territorial disponible (en la práctica, Comunidades Autónomas). Un punto destacable de esta base de datos es que ofrece información sobre los flujos turísticos entre cada par de comunidades autónomas; esto último permite organizar la información en una matriz de origen-destino que abre la posibilidad a un análisis del turismo doméstico en mayor profundidad. Una primera aproximación a los datos permite identificar a comunidades como Madrid, Andalucía y Cataluña como las principales regiones emisoras de flujos turísticos; mientras en el otro extremo, como principales receptoras del turismo doméstico, encontramos a Andalucía o Cataluña. Cuando se tienen en cuenta los flujos de salida (claramente condicionados por la población residente en cada comunidad) con los flujos de entrada obtenemos una visión más apropiada del mercado y regiones como Cantabria o Castilla y León aparecen aventajadas frente al resto. Un rasgo que no debe pasar desapercibido es el elevado peso que tienen los movimientos turísticos de residentes dentro de su misma comunidad autónoma de residencia, que ya de partida revela el papel clave que desempeña la distancia entre el origen y el destino a la hora de explicar los flujos turísticos domésticos.

Las matrices de origen-destino también nos ha permitido el cálculo de indicadores que pueden interpretarse como medidas de la posición competitiva de cada región. En este sentido, en este trabajo hemos calculado indicadores de atracción turística que consideran explícitamente el papel que desempeña la distancia origen-destino como determinante de los flujos de visitantes que se producen entre dos regiones. De esta manera, es posible evaluar la capacidad competitiva de cada región utilizando simplemente los datos disponibles sobre la magnitud de los flujos turísticos. Los índices estimados sitúan a Andalucía, Madrid, Cataluña y Valencia como las comunidades autónomas que lideran el mercado en términos de capacidad de atracción de los flujos turísticos domésticos.

En la última parte del trabajo hemos incorporado la información que suministra la asociación de empresas del sector turístico ExcelTUR, que evalúa periódicamente la competitividad del sector turístico de cada una de las comunidades autónomas españolas a través del informe MoniTUR. Este informe recoge un amplio rango de indicadores que pueden ser fuente de competitividad y los ordena en una serie de siete pilares, cada uno de los cuales resume aspectos concretos en diferentes ámbitos (visión de marketing estratégico y apoyo comercial, accesibilidad, ordenación y condicionantes territoriales,

diversificación de la oferta turística, capital humano, gobernanza, resultados socioeconómicos). Estos indicadores se han incluido como variables explicativas en un modelo donde la variable dependiente es el índice de atracción turística estimado previamente a partir de la matriz de origen-destino. De este modo hemos identificado dos factores clave como fuentes de competitividad turística: la accesibilidad y conectividad del destino y la existencia de una oferta de productos turísticos suficientemente diversificada y de calidad.

Finalmente, podemos realizar una breve reflexión partiendo de los resultados obtenidos en este trabajo. En un contexto donde la posición de España como destino turístico internacional se enfrenta a una competencia creciente, el turismo doméstico se presenta como una alternativa todavía insuficientemente explorada. Es innegable que el turismo interior está dominado por desplazamientos hacia destinos de “sol y playa”; no obstante, junto a este modelo, que en muchos casos ya han alcanzado un alto grado de madurez, cada vez gana más peso otro tipo de demanda turística formulada por los residentes, orientada a productos como el turismo rural, cultural, deportivo, etc. que en la mayoría de los casos están insuficientemente desarrollados. Lo anterior plantea una oportunidad que debería ser explotada tanto por destinos maduros que pueden encontrar una forma de combatir problemas endémicos del sector como la estacionalidad, como por nuevos destinos que todavía se encuentran en sus fases iniciales de desarrollo de la actividad turística. Se debe contar además con otros cambios en los patrones de comportamiento de los residentes españoles en la planificación de sus vacaciones, entre los que destaca la preferencia creciente por fragmentar el periodo vacacional a lo largo del año, o realizar viajes de corta duración (tanto a destinos nacionales como del extranjero). Como ha resaltado el análisis estadístico presentado en este trabajo, aprovechar estas oportunidades dependerá especialmente de la capacidad de los destinos para diseñar una oferta turística adecuada, evitando seguir las inercias, y mejorar la accesibilidad. El peso relativo de los desplazamientos a destinos cercanos, muchas veces en la misma región, pone de manifiesto la importancia estratégica de esta variable; la distancia física entre un destino y los potenciales puntos de origen de sus visitantes no puede cambiarse, pero sí puede reducirse significativamente el tiempo de viaje, mejorando las redes de transporte para asegurar una mayor accesibilidad al destino.

Desde otro punto de vista, la importancia estratégica del turismo doméstico como una fuente de crecimiento del sector contrasta con la escasez de atención que se le dedica no solo en el ámbito académico, habitualmente más enfocado al turismo internacional, sino también en lo que se refiere a la disponibilidad de información estadística que facilite su estudio. Como demuestra este trabajo, poder disponer de una matriz origen-destino de flujos turísticos domésticos permite desarrollar un análisis más detallado del mercado; sin embargo, el análisis podría mejorar notablemente con una base de datos más desagregada territorialmente dado el elevado grado de heterogeneidad que observamos dentro de cada comunidad autónoma.

Bibliografía

- Álvarez-Díaz, M., D'Hombres, B., & Ghisetti, C. (2017). Modelling inter-and intra-regional tourism flows in Spain –a spatial econometric approach. *Regional Statistics*, 7(2), 3-34.
- Alvarez-Diaz, M., D'Hombres, B., Ghisetti, C., & Pontarollo, N. (2020). Analysing domestic tourism flows at the provincial level in Spain by using spatial gravity models. *International Journal of Tourism Research*.
- De la Mata, T., & Llano-Verduras, C. (2012). Spatial pattern and domestic tourism: An econometric analysis using inter-regional monetary flows by type of journey. *Papers in regional science*, 91(2), 437-470.
- Exceltur (2019). *MoniTUR 2018 Informe: Monitor de Competitividad Turística Relativa de las Comunidades Autónomas Españolas*.
- Fotheringham, A. S., Champion, T., Wymer, C., & Coombes, M. (2000). Measuring destination attractivity: a migration example. *International Journal of Population Geography*, 6(6), 391-421.
- Garín, T., & Moral, M. J. (2011). Comportamiento Turístico de los Residentes en España. *Papeles de Economía Española*, 128, 122-141.
- Guardia-Gálvez, T., Muro-Romero, J., & Such-Devesa, M. J. (2014). Measuring and analysing domestic tourism: the importance of an origin and destination matrix. *Tourism Economics*, 20(3), 451-472.
- Llano-Verduras, C., & de la Mata López, T. (2009). El comercio interregional en España: una primera estimación de los flujos bilaterales del sector turismo. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 848, 67-87.
- Mallou, J. V., Prado, E. P., & Tobío, T. B. (2004). Segmentation of the Spanish domestic tourism market. *Psicothema*, 16(1), 76-83.
- Martín, J. C., Mendoza, C., & Román, C. (2017). Regional Spanish tourism competitiveness: A DEA-MONITUR approach. *Region: the journal of ERSa*, 4(3), 153-173.

Martínez, E. (2002). Flujos regionales del turismo doméstico en España. In Nuevas tendencias de ocio y turismo: su especial problemática en destinos singulares (pp. 383-398). Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, AECIT.