

*Teresa Garín-Muñoz\**

## LA DEMANDA DE TURISMO BRITÁNICO EN ESPAÑA

En este trabajo se utiliza un modelo dinámico para explicar la demanda británica de turismo en España. El modelo propuesto se aplica a un panel de datos referido al turismo británico en cada una de las 17 comunidades autónomas durante el período de diez años comprendido entre 1999 y 2008.

Los resultados empíricos indican que la demanda de turismo en el período anterior tiene un efecto importante en el volumen de demanda actual que podría estar reflejando, entre otras cosas, la importancia de la fidelidad al destino de los turistas británicos. Los resultados también indican que la demanda de turismo en España es un lujo para los británicos y depende en gran medida de la evolución de los precios relativos y del coste de los viajes entre el Reino Unido y el destino.

**Palabras clave:** modelo dinámico, estimadores GMM, elasticidades, lealtad de los consumidores, efecto del boca a boca, aerolíneas de bajo coste.

**Clasificación JEL:** C33, L83.

### 1. Introducción

Durante muchos años el Reino Unido ha sido uno de los principales mercados emisores de turismo a nivel mundial. De acuerdo con la Encuesta Internacional de Pasajeros (IPS), los residentes del Reino Unido hicieron alrededor de 69 millones de visitas al extranjero durante 2008 con un gasto total de 37.000 millones de libras. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2009) el Reino Unido ocupa el número tres del mundo por volumen de gasto en el exterior después de Alemania y los EEUU.

Por otra parte, la economía española depende en gran medida del turismo y, en concreto, del turismo procedente del exterior. De hecho, en 2008 el turismo internacional representó el 4,6 por 100 del PIB y los ingresos generados por este concepto permitieron compensar el 26 por 100 del déficit de la balanza comercial.

Así pues, parece claro que el estudio del turismo que llega a España desde el extranjero es extremadamente importante. Y más concretamente, y teniendo en cuenta que el mercado británico es el más importante (27,6 por 100 del total de llegadas del extranjero y el 26,6 por 100 del gasto), cualquier esfuerzo encaminado a conocer sus características, está completamente justificado. Además, sería muy útil para los profesionales y responsables políticos disponer de un modelo en el que se identifiquen y cuantifiquen los principales determinantes del volumen de llegadas de turistas procedentes del Reino Unido.

Existen algunos trabajos empíricos donde se ha estudiado la modelización de la demanda del turismo que llega a España. En la mayoría de dichos trabajos, las elasticidades de los principales factores determinantes se han calculado suponiendo que todos los países de origen tienen el mismo patrón de comportamiento de la demanda. Sin embargo, si tenemos en cuenta que estudios empíricos anteriores ▷

\* Departamento de Análisis Económico II. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

(Croes y Vanegas, 2004; Crouch, 1995, Daniel y Ramos, 2002; Mello, Pack, y Sinclair, 2002) encuentran diferentes patrones de la demanda turística en función del par de los países considerados, parece razonable estudiar por separado la demanda de las principales fuentes de turismo que llega a España. Y en esa línea se concibe el presente trabajo donde analizaremos el turismo generado por el mercado británico.

Elaboramos un modelo dinámico que permite identificar los principales determinantes de la demanda y su contribución relativa al volumen del turismo británico que llega a España. La utilización de un modelo dinámico permite averiguar hasta qué punto las decisiones actuales están influenciadas por el comportamiento de consumo turístico (hábitos turísticos) en el pasado. Las diferencias entre las elasticidades precio y renta a corto y a largo plazo permiten investigar el papel de la persistencia en los hábitos de consumo.

En el estudio se procederá de la siguiente manera. El apartado 2 se dedica al comportamiento general del consumidor británico en términos de turismo. En el tercer apartado, se analizarán las principales características de la demanda británica de turismo en España y su distribución temporal y espacial. También se estudiará la evolución del turismo británico en España tanto a nivel nacional como por comunidades autónomas durante el período 1999-2008. En el apartado 4, se presenta el modelo y se justifica el uso de una formulación dinámica. Las fuentes de datos y los métodos econométricos utilizados para la estimación también se presentan en el mismo apartado. El apartado 5 contiene los resultados de la estimación y su interpretación económica. Las conclusiones e implicaciones de política económica que se extraen de los resultados se resumen en el apartado 6.

## 2. Comportamiento turístico del consumidor británico

Con el fin de describir las principales características de los consumidores británicos en térmi-

nos de patrones de turismo y viajes, se utiliza el informe de 2008 de Tendencias de Viajes (publicación anual de la Oficina de Estadísticas Nacionales, ONS). Dicho informe presenta los principales resultados de la Encuesta Internacional de Pasajeros, que recoge información relativa a los viajes desde y hacia el Reino Unido. Los resultados se basan en entrevistas cara a cara con una muestra aleatoria de pasajeros al entrar o salir del Reino Unido a través de las principales rutas aéreas, marítimas y las rutas de túnel. Las características más relevantes del turismo británico se resumen a continuación:

- La tradición turística de los británicos ha dado lugar a un alto nivel de propensión a viajar. En 2008, la propensión a viajar de los residentes en Reino Unido, que se define como la proporción de población que realiza al menos un viaje de vacaciones de cuatro o más noches de duración durante el año, fue de 47,5 por 100.

- Otra de las características destacables del consumidor turístico británico es la alta proporción de viajes al extranjero. De acuerdo con los datos de 2008, los viajes internacionales representa alrededor del 54 por 100 del número total de viajes.

- El motivo principal de los viajes al extranjero de los residentes británicos fue el ocio y las vacaciones. Durante el año 2008 los viajes de vacaciones representaron el 66 por 100 del total de viajes al extranjero.

- En cuanto a la organización de viajes, los viajes todo-incluido han ido perdiendo importancia en los últimos años. Para los viajes internacionales su cuota de mercado pasó del 46 por 100 en 2004 al 39 por 100 en 2008.

- El mercado de estancias cortas (definido como viajes de placer que duran de 1 a 3 noches) ha alcanzado valores significativos. De hecho, en 2008, los viajes de corta duración de los residentes británicos al extranjero representaron el 21 por 100 del total.

- El comercio electrónico es cada vez más importante como canal de distribución para comprar productos de viajes y vacaciones. Los datos de ▷

CUADRO 1  
PRINCIPALES DESTINOS VACACIONALES DE LOS TURISTAS BRITÁNICOS (2004–2008)  
(En porcentajes)

|                     | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|---------------------|------|------|------|------|------|
| Estados Unidos..... | 6,3  | 6,2  | 5,5  | 5,5  | 5,8  |
| Austria.....        | 1,3  | 1,4  | 1,0  | 1,0  | 1,1  |
| Chipre.....         | 2,5  | 2,6  | 2,0  | 2,0  | 2,0  |
| Francia.....        | 14,5 | 14,6 | 13,1 | 13,7 | 13,8 |
| Alemania.....       | 1,5  | 1,7  | 2,5  | 2,6  | 2,5  |
| Grecia.....         | 3,9  | 4,0  | 6,5  | 5,5  | 5,2  |
| Irlanda.....        | 3,9  | 4,0  | 6,5  | 5,5  | 5,2  |
| Italia.....         | 5,2  | 5,6  | 5,1  | 5,5  | 5,1  |
| Polonia.....        | 0,2  | 0,4  | 2,0  | 2,5  | 2,5  |
| Portugal.....       | 3,7  | 3,7  | 3,3  | 3,6  | 4,3  |
| España.....         | 29,1 | 27,4 | 23,9 | 22,9 | 22,9 |
| Suiza.....          | 1,0  | 1,1  | 1,4  | 1,5  | 1,5  |
| Turquía.....        | 2,5  | 2,7  | 2,5  | 2,7  | 3,3  |

*Fuente: Eurostat (2008). Los datos se refieren a todos los viajes de vacaciones de los residentes británicos de 14 años o más que duran al menos 1 día.*

2008 muestran que el 53 por 100 de los individuos organizaron su viaje y alojamiento a través de Internet.

– En términos de destinos, España y Francia encabezaron la lista de países más visitados por los residentes del Reino Unido. En 2008, ambos países juntos concentraron el 37 por 100 de todos los viajes de vacaciones en el extranjero. El Cuadro 1 muestra la importancia relativa de los diferentes destinos a lo largo de los últimos años.

### 3. Análisis descriptivo del turismo británico en España

En este apartado, se presenta una descripción de la demanda británica de turismo en España. En primer lugar, utilizando datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), Eurostat y La Encuesta Internacional de Pasajeros, se analizarán los siguientes aspectos del turismo procedente del mercado británico: el volumen y la evolución de las llegadas, el motivo del viaje, el modo de alojamiento, la distribución de viajes según duración de la estancia, la duración media de la estancia, la organización de los viajes, el nivel de uso de Internet, la satisfacción y la fidelidad y el perfil de los turistas.

Después de eso, nos concentraremos en el turismo que elige hoteles como el modo de alojamiento.

En el caso del turismo británico, este tipo de alojamiento es el elegido por el 60 por 100 de los visitantes. Los datos sobre el número de visitantes en los hoteles proceden de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística de España (INE). Este conjunto de datos tiene la ventaja de permitir la desagregación por región de destino del turista. En ambos casos se estudiará el período de diez años 1999-2008.

#### 3.1. Caracterización de los turistas británicos en España

De acuerdo con los datos de 2008, los turistas que llegan a España desde el Reino Unido están, más o menos, uniformemente distribuidos por sexo. Por grupos de edad, el grupo de entre 35 y 54 años es el más importante, con una cuota de alrededor del 40 por 100 del total. Sin embargo, el mercado de los adultos mayores (personas de 55 años y más) no se debe olvidar ya que representan alrededor del 30 por 100 del total de llegadas y el 37 por 100 del gasto total. La mayoría de los visitantes del Reino Unido llegan a España por motivo de vacaciones. Este tipo de turismo alcanzó el 90 por ciento del total en 2008 y se ha mantenido relativamente estable durante el período considerado.

Los paquetes vacacionales (viajes todo-incluido) han ido perdiendo cuota de manera continuada en ▷

CUADRO 2  
EVOLUCIÓN DEL TURISMO BRITÁNICO EN ESPAÑA

| Año        | Turistas   | Tasa de aumento | Gasto<br>(Miles de euros) | Tasa de aumento |
|------------|------------|-----------------|---------------------------|-----------------|
| 1999 ..... | 12.181.455 | —               | —                         | —               |
| 2000 ..... | 13.238.973 | 8,68            | —                         | —               |
| 2001 ..... | 14.011.225 | 5,83            | —                         | —               |
| 2002 ..... | 14.697.387 | 4,90            | —                         | —               |
| 2003 ..... | 15.224.026 | 3,58            | 12.901,5                  | —               |
| 2004 ..... | 15.629.226 | 2,66            | 13.266,4                  | +2,85           |
| 2005 ..... | 16.090.030 | 2,95            | 13.148,5                  | -0,9            |
| 2006 ..... | 16.185.046 | 0,60            | 13.302,5                  | +1,2            |
| 2007 ..... | 16.271.383 | 0,50            | 13.382,5                  | +0,65           |
| 2008 ..... | 15.775.245 | - 3,10          | 13.277,3                  | -0,8            |

Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) y Encuesta del Gasto Turístico (EGATUR).

la última década, aunque todavía en 2008 representaron aproximadamente el 31 por 100 del número total de viajes del Reino Unido a España. Este resultado está en consonancia con el rápido incremento en el número de viajes organizados a través de Internet. Según datos de 2008, el 65 por 100 de los residentes del Reino Unido que viajan a España, utilizan Internet para la organización del viaje. Ambas cifras se pueden tomar como un indicador de que el viajero británico es un turista experimentado y capaz de organizar el viaje por su cuenta.

Debe tenerse en cuenta la cuota de mercado cada vez mayor de pasajeros británicos que llegan a España a través de las compañías de bajo coste. De 2002 a 2008, el citado porcentaje pasó de 8,5 por 100 a 54,8 por 100 del total.

En cuanto a la evolución del volumen hay que destacar que el número de llegadas ha aumentado continuamente, con la excepción del año 2008, cuando se registró un descenso del 3,1 por 100. Esta desaceleración del mercado se explica por la crisis económica y la devaluación de la libra esterlina. Pero, incluso después de este descenso, Reino Unido sigue siendo el principal mercado emisor para España. El Cuadro 2 muestra la evolución, tanto en términos de llegadas como en términos de gastos.

Más de la mitad de los turistas británicos permanecen en España entre 4 y 7 noches. A continuación, en términos de importancia (30 por 100), figura el grupo de personas que se quedan en España entre el 1 y 2 semanas. Sin embargo uno de los hechos más notables es la creciente importancia del grupo de

personas que permanecen en España menos de 3 noches. En 2008, ese grupo alcanza el 11,5 por 100 del total de visitantes. Eso significa que España ya no es sólo considerado como un destino de sol y playa, sino también como un importante destino para estancias cortas o escapadas de ciudad. Pero incluso cuando las estancias breves están aumentando, la duración de la estancia media de los residentes británicos en España sigue siendo muy elevada alcanzando 9,8 noches en 2008. El Cuadro 3 muestra la evolución de las visitas desde el Reino Unido, desglosado por la duración de la estancia.

En 2008, el 60 por 100 de los visitantes eligen los hoteles como modo de alojamiento. Durante la década objeto de estudio se ha producido un claro cambio en la selección de la categoría del hotel. De hecho, al comienzo del período sólo un 28 por 100 elegían un hotel de lujo (cinco y cuatro estrellas), mientras que al final del período, este porcentaje pasa al 51 por 100. Esto confirmaría la idea de que España está consiguiendo mejorar la calidad de su turismo.

Sin embargo, incluso cuando los hoteles son el principal modo de alojamiento para los turistas británicos en España, las segundas residencias están aumentando en número y ya han alcanzado en 2008 una cuota del 9,5 por 100 del total del alojamiento. Este hecho no es sorprendente teniendo en cuenta que el número de hogares en Reino Unido con segundas residencias en el extranjero se ha más que duplicado, pasando de 125.000 en 1997-1998 a 270.000 en 2007-2008. Y, en concreto, España es el mercado más popular con un 27 por 100 ▷

CUADRO 3  
TURISTAS BRITÁNICOS EN ESPAÑA SEGÚN DURACIÓN DE LA ESTANCIA

| Año        | 1 a 3 noches | 4 o más noches | Total      | Estancias cortas/Total<br>(En porcentajes) | Duración media<br>de la estancia |
|------------|--------------|----------------|------------|--------------------------------------------|----------------------------------|
| 1999 ..... | 198.523      | 8.046.268      | 8.244.791  | 2,4                                        | 11,0                             |
| 2000 ..... | 284.709      | 9.859.534      | 10.144.243 | 2,8                                        | 11,0                             |
| 2001 ..... | 359.568      | 10.370.309     | 10.729.877 | 3,4                                        | 11,0                             |
| 2002 ..... | 415.502      | 10.903.760     | 11.319.262 | 3,7                                        | 10,5                             |
| 2003 ..... | 673.112      | 11.556.991     | 12.230.103 | 5,5                                        | 10,5                             |
| 2004 ..... | 911.672      | 10.037.769     | 10.949.441 | 8,3                                        | 10,1                             |
| 2005 ..... | 968.529      | 9.794.824      | 10.763.353 | 9,0                                        | 9,7                              |
| 2006 ..... | 1.274.023    | 11.030.851     | 12.304.874 | 10,4                                       | 9,6                              |
| 2007 ..... | 1.385.895    | 10.646.363     | 12.032.258 | 11,5                                       | 9,5                              |
| 2008 ..... | 1.390.629    | 10.728.895     | 12.119.524 | 11,5                                       | 9,8                              |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUROSTAT.

del número total de residencias en el extranjero (72.999 segundas residencias).

Los niveles de satisfacción de los turistas británicos en España se pueden medir a través de los resultados de la encuesta EGATUR o midiendo el número de visitas repetidas. Según la encuesta EGATUR (Instituto de Estudios Turísticos), el 70 por 100 de los turistas declaran un grado de satisfacción entre 8 y 10 (en una escala de 1 a 10). Por otro lado, España tiene un grado de alta fidelidad para los residentes del Reino Unido. De hecho, más del 90 por 100 de los británicos que viajaron a España en 2008, ya lo habían hecho por lo menos una vez anteriormente. Y para casi el 40 por 100 de ellos fue su décima visita por lo menos.

### 3.2. Caracterización de los turistas británicos que se alojan en hoteles

Una vez que hemos hecho la descripción del turismo que llega a España desde Reino Unido nos concentraremos específicamente en el turismo que elige los hoteles como modo de alojamiento. Y lo hacemos así por varias razones: En primer lugar, como ya dijimos, porque representa un enorme porcentaje del número total de visitantes (60 por 100) y de los gastos totales (61,5 por 100). En segundo lugar, porque el gasto medio diario de estos turistas es superior al de los turistas que eligen cualquier otro tipo de alojamiento. Y en tercer lugar, por la disponibilidad de datos desagregados por región de destino. Vamos a utilizar los

datos del número de visitantes en hoteles procedentes de la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística de España.

El número de turistas británicos que se aloja en establecimientos hoteleros españoles ha aumentado de manera continuada durante los últimos diez años, con la excepción del año 2008. De hecho, la tasa media de variación para el período 1999-2008 fue de 3,5 por 100. Sin embargo, ese es el porcentaje promedio para todo el país y no es representativo de lo sucedido en las diferentes regiones. El Cuadro 4 muestra la evolución según los destinos y permite ver el grado de concentración de los viajeros procedentes de Reino Unido. A continuación se comentan algunos de los hallazgos más relevantes:

- Existe una elevada concentración geográfica que, sin embargo, se ha suavizado de forma continuada durante los últimos años. En 1999, Baleares y Canarias sumaban el 50 por 100 del total nacional. En 2008 las mismas comunidades sólo representaban el 42 por 100 del total.

- A la vista de la concentración geográfica, se podría concluir que la mayoría de los visitantes británicos llegaron por motivos de vacaciones y, específicamente, en busca de destinos de sol y playa.

Las tasas de crecimiento más espectaculares corresponden a: Comunidad de Murcia, Cataluña, Galicia, Andalucía y la Comunidad de Madrid. Todas ellas crecieron por encima de la media nacional.

También se analiza en este trabajo la evolución del índice de preferencia de destino. Siguiendo ▷

CUADRO 4  
NÚMERO DE VISITANTES PROCEDENTES DEL REINO UNIDO QUE SE ALOJAN EN HOTELES  
(Ordenados según tasas de incremento en los destinos)

|                          | 1999      |                                   | 2008      |                                   | Tasa de incremento |
|--------------------------|-----------|-----------------------------------|-----------|-----------------------------------|--------------------|
|                          | Número    | Participación<br>(En porcentajes) | Número    | Participación<br>(En porcentajes) | 1999-2008          |
| Murcia.....              | 23.855    | 0,43                              | 68.926    | 0,91                              | 12,5               |
| Cataluña.....            | 724.342   | 13,01                             | 1.438.720 | 18,93                             | 7,9                |
| Galicia.....             | 24.063    | 0,43                              | 45.206    | 0,59                              | 7,3                |
| Andalucía.....           | 854.854   | 15,35                             | 1.345.682 | 17,70                             | 5,2                |
| Madrid.....              | 211.897   | 3,80                              | 333.213   | 4,38                              | 5,2                |
| Canarias.....            | 900.042   | 16,16                             | 1.385.853 | 18,23                             | 4,9                |
| Com. Valenciana.....     | 622.694   | 11,18                             | 853.088   | 11,22                             | 3,6                |
| Asturias.....            | 17.158    | 0,31                              | 20.967    | 0,28                              | 2,3                |
| Aragón.....              | 28.524    | 0,51                              | 33.788    | 0,44                              | 1,9                |
| País Vasco.....          | 59.204    | 1,06                              | 69.726    | 0,92                              | 1,8                |
| Navarra.....             | 11.654    | 0,21                              | 12.118    | 0,16                              | 0,4                |
| Baleares.....            | 1.903.063 | 34,17                             | 1.827.937 | 24,05                             | -0,4               |
| Cantabria.....           | 41.945    | 0,75                              | 39.340    | 0,52                              | -0,7               |
| Castilla-León.....       | 82.847    | 1,49                              | 76.395    | 1,01                              | -0,9               |
| Extremadura.....         | 14.756    | 0,26                              | 13.051    | 0,17                              | -1,4               |
| La Rioja.....            | 11.749    | 0,21                              | 9.156     | 0,12                              | -2,7               |
| Castilla- La Mancha..... | 36.363    | 0,65                              | 28.293    | 0,37                              | -2,7               |
| TOTAL (España).....      | 5.569.010 | 100,00                            | 7.601.459 | 100,00                            | 3,5                |

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE, 1999-2008).

a Song *et al.*, 2000, se define el índice como el ratio de las visitas totales al destino  $i$  dividido por el total de visitas a todos los demás destinos:

$$PREF_i = \frac{V_i}{V_s}$$

En el Gráfico 1 se muestran los índices de preferencia de los seis destinos más importantes y evolución durante el período. De acuerdo con esta información las comunidades autónomas más populares como destino turístico entre los británicos (Canarias y Baleares) van perdiendo protagonismo en favor de otras comunidades como Valencia y Cataluña. De este modo el turismo procedente de Reino Unido ha experimentado una tendencia a un reparto más homogéneo por áreas geográficas.

El caso de Cataluña se puede explicar por el crecimiento espectacular del número de visitantes a Barcelona con una tasa media anual de crecimiento para el período del 18,4 por 100. El número de visitantes a Madrid (ciudad) con un incremento anual del 12,4 por 100 estuvo también muy por encima de la media del país. Entonces es bastante probable que sea el incremento de los viajes de corta duración (generalmente a ciudades) los responsables de los cambios en la distribución de los turistas a través del territorio español.

Tan importante como la distribución geográfica del turismo es la forma en que éste se distribuye a lo largo del año. A nivel nacional, el turismo británico en los hoteles españoles se concentra en ▷

GRÁFICO 1  
ÍNDICES DE PREFERENCIA DE DESTINO

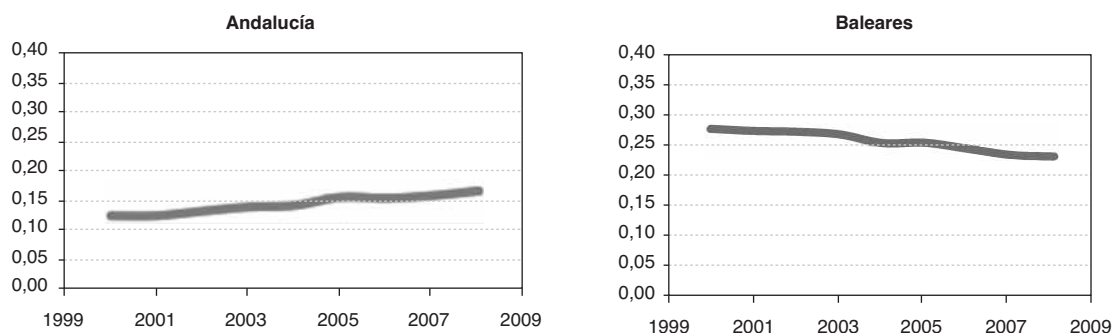
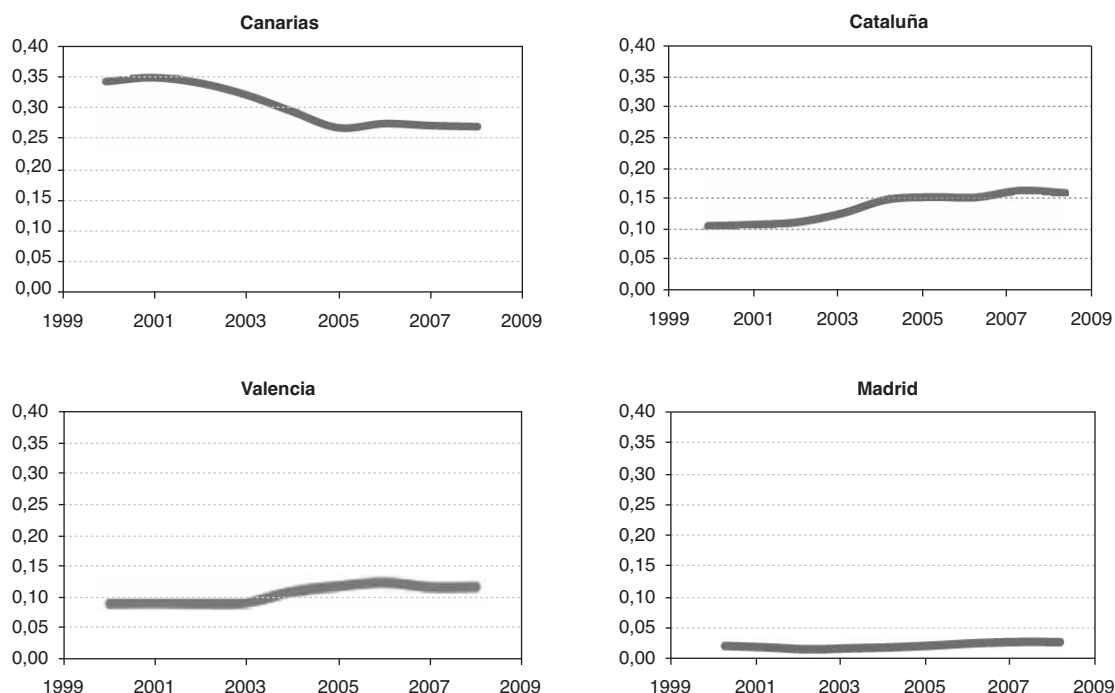


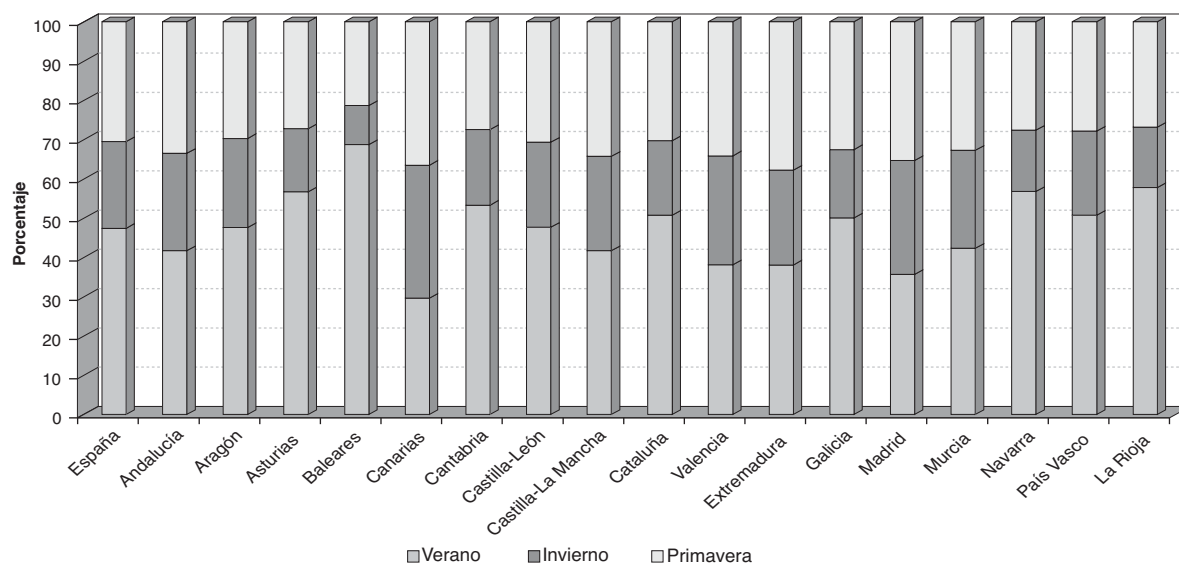


GRÁFICO 1 (continuación)  
ÍNDICES DE PREFERENCIA DE DESTINO



Fuente: elaboración propia a partir de datos de FRONTUR 2008.

GRÁFICO 2  
ESTACIONALIDAD DEL TURISMO BRITÁNICO EN HOTELES ESPAÑOLES (EOH, 2008)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE, 2008).

la temporada de verano. De hecho, el 47 por 100 de las llegadas a nivel nacional tiene lugar durante los meses de verano. Sin embargo, existen diferencias significativas dependiendo de la región de destino considerado. En este sentido, Canarias y Madrid se pueden considerar como destinos privi-

legiados en términos de estacionalidad. En el otro extremo estaría el caso de las Islas Baleares, donde un 69 por 100 del turismo británico se concentró en la temporada de verano. El Gráfico 2 muestra las diferencias entre CCAA en función de la estacionalidad.



#### 4. Especificación del modelo

El objetivo básico de este estudio es elaborar un modelo para explicar la demanda británica de turismo en España. Hay dos rasgos distintivos de nuestro análisis. Uno de ellos es la utilización de datos de panel. La otra es la especificación de un modelo dinámico para tener en cuenta que los niveles de demanda anteriores puedan afectar a la demanda actual de turismo.

Los datos disponibles nos permiten considerar el turismo procedente del mercado británico desagregado según los 17 destinos diferentes en España correspondientes a las 17 comunidades autónomas. La dimensión temporal de la muestra es el periodo de 10 años 1999-2008. Por lo tanto, tenemos un panel de datos que consta de 170 observaciones. El uso de un conjunto de datos series-temporales/sección-cruzada con los 17 mercados de destino como la unidad de observación aumenta el rango de variación de las variables y permite la utilización de datos anuales, evitando así los posibles problemas derivados de la estacionalidad.

El modelo construido en este estudio se basa en la teoría económica clásica que postula que los ingresos y los precios son, probablemente, factores que desempeñan un papel central en la determinación de la demanda de turismo internacional. Aunque la mayoría de las investigaciones anteriores se ha centrado en el estudio de tales variables económicas, varios estudios empíricos han encontrado que el comportamiento de los viajeros también puede verse afectado por factores exógenos y no económicos, como la inestabilidad política, eventos especiales, el terrorismo y desastres naturales. Por consiguiente, varios factores adicionales han sido tomados en consideración para modelizar la demanda británica de turismo en España. La forma general sería la siguiente:

$$Q_{it} = f(Q_{it-1}, PIB_{it}, PT_{it}, Cviaje_{it}, ficticias) \quad [1]$$

donde  $Q_{it-1}$  representa el consumo pasado,  $PIB_{it}$  mide la capacidad adquisitiva de los consumidores

británicos,  $PI_{it}$  son los precios en el destino y  $Cviaje_{it}$  es el coste del transporte desde el origen al destino.

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

La variable dependiente seleccionada es el número de visitantes procedentes de Reino Unido que llegan a cada CCAA y se alojan en hoteles. Utilizamos esta variable en términos per cápita.

La literatura previa sugiere una serie de variables que podrían incluirse en un modelo de la demanda turística internacional. Las más comúnmente utilizadas como variables explicativas son la renta, la población, los precios relativos, los tipos de cambio y los costes de transporte.

La renta del país emisor del turismo es la variable más utilizada. Como Lim (1997) afirma, viajar a otro país es generalmente caro y suele ser considerado como un lujo, por tanto, la renta disponible es una variable apropiada ya que afecta a la capacidad de los turistas de viajar. Puesto que los datos de renta disponible son difíciles de encontrar, muchos estudios utilizan el PIB real per cápita, el PIB nominal o real o el PNB. Este estudio utiliza el PIB per cápita de los residentes del Reino Unido como una *proxy* de la renta. Un aumento de la renta se relaciona positivamente con el número de llegadas de turistas y, por lo tanto, esperamos un signo positivo para este coeficiente.

La selección de la variable precio a incluir en el estudio es particularmente difícil. Para un producto como el turismo internacional, el precio consta de varios componentes. El precio de los bienes y servicios comprados en el destino normalmente representan una porción significativa del precio total. Sin embargo, otros costes, tales como el ▷



transporte hasta el destino, el seguro de viaje, el coste de oportunidad del tiempo de viaje y los tipos de cambio que también pueden ser importantes y pueden afectar al coste total del viaje. Así pues, una parte difícil de cualquiera de estos estudios consiste en decidir sobre una medida apropiada de precios. En este estudio vamos a dividir el precio del turismo en dos componentes: el coste relativo de la vida en el destino y el coste de transporte.

En primer lugar, vamos a construir un índice que representa el coste de la vida de los turistas en los diferentes destinos en relación con el coste de la vida en el país de origen ajustado por el tipo de cambio. La teoría de la demanda postula que la demanda de turismo internacional es una función inversa de los precios relativos, es decir, cuanto menor sea el coste de la vida en el destino en relación con el país de origen, mayor será la demanda turística y viceversa. Por tanto, esperamos un signo negativo de esta variable. El índice se define así:

$$PT_{it} = \frac{IPC_{CCAA}}{IPC_{RU} * tc_{España/RU}}$$

donde  $tc_{España/RU}$  es el número de euros por cada libra, e  $IPC_{CCAA}$  es el índice de precios al consumo de cada uno de los diecisiete destinos considerados. Los datos sobre los tipos de cambio ( $tc$ ) y los índices de precios al consumido ( $IPC$ ) para el país de origen fueron obtenidos de Eurostat. Los datos sobre el  $IPC$  para los diferentes destinos del turismo en España fueron obtenidos del Instituto Nacional de Estadística de España.

Otro componente del coste del turismo es el precio del transporte. Sin embargo, debido a la complejidad de la estructura de precios del transporte, no existen datos consistentes sobre los precios del transporte. En cambio, los investigadores incluyen a menudo la distancia del viaje, el precio de los billetes de avión, o los precios del crudo como un sustituto adecuado para los precios del transporte. Crouch (1994) sostiene que, debido a la amplia variedad de resultados, no es posible revelar

con seguridad la significatividad de la relación entre la demanda de turismo internacional y este determinante. En este caso se utiliza como *proxy* para esta variable el índice de precios del transporte de pasajeros por vía aérea elaborado por Eurostat. Al igual que los precios relativos, *ceteris paribus*, se postula que el coste del viaje es inversamente proporcional a la demanda de turismo. Entonces, también esperamos un signo negativo para el coeficiente de esta variable.

También incluimos algunas variables ficticias para medir el impacto de acontecimientos excepcionales. Variables ficticias son variables que toman el valor «1» cuando se produce el evento y «0» en caso contrario. En este estudio se incorporan en el modelo dos variables ficticias. Una de ellas ( $D2001$ ) se incluye para controlar los efectos de los ataques terroristas de septiembre de 2001. La otra ( $Año Santo$ ) es una ficticia temporal que se incorpora para controlar los efectos de la celebración del Año Santo en Galicia (por tanto, toma el valor «1» en los años 1999 y 2004).

En este caso, habida cuenta de que vamos a considerar una especificación dinámica del turismo receptor, también se incluye la variable dependiente retrasada en el lado derecho de la ecuación.

Hay varias razones que justifican la inclusión de consumo previo como variable explicativa. Una es que hay menos incertidumbre asociada con las vacaciones en un destino con el que ya se está familiarizado, en comparación con viajar a un destino desconocido. Otra razón es porque el conocimiento sobre un destino se extiende también cuando la gente habla sobre sus vacaciones, lo que reduce la incertidumbre de los potenciales visitantes a ese destino. Y, en concreto al analizar el mercado británico, el elevado grado de fidelidad al destino de los visitantes del Reino Unido amplifica la importancia de tener en cuenta los niveles anteriores de turismo. Así, en un modelo dinámico de la demanda turística internacional, la variable dependiente retrasada se debe interpretar como formación de hábitos o preferencias interdependientes. Por otra parte, si se omite la variable ▷

dependiente retrasada, el efecto de las variables consideradas relevantes tenderá a ser sobrestimado (ya que los coeficientes estimados recogerán efectos directos e indirectos).

Algunos autores señalan que muchos estudios empíricos sobre demanda turística tienen el problema de no considerar su estructura dinámica (Morley, 1998). Estudios en los que el modelo incluye la variable dependiente retrasada para explicar la demanda turística son: Fujii y Mak (1981), Garín-Muñoz (2006) y Witt y Martin (1987).

Hay varias formas funcionales que se pueden utilizar para determinar la demanda de turismo internacional, que van desde simples modelos de regresión lineal hasta las formas más complejas derivadas de la teoría econométrica o estadística. La mayoría de los estudios han asumido una forma multiplicativa linearizada mediante una transformación logarítmica. Vamos a suponer esta forma funcional doble logarítmica, aunque también fueron consideradas otras formas.

El modelo a estimar sería:

$$\begin{aligned} \ln Q_{it} = & \alpha_i + \beta_1 \ln Q_{i,t-1} + \beta_2 \ln PIB_{it} + \\ & + \beta_3 \ln PT_{it} + \beta_4 \ln Cviaje_{it} + \\ & + \beta_5 D2001 + \beta_6 A\tilde{n}o Santo + \lambda_i + \eta_i + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad [2]$$

En la ecuación [2],  $v_{it} = \lambda_i + \eta_i + \varepsilon_{it}$  es la descomposición de los efectos fijos del término de error donde  $\lambda_i$  y  $\eta_i$  son los efectos específicos de tiempo y destino, respectivamente. El componente de error  $\varepsilon_{it}$  se supone que está incorrelacionado con media cero e independientemente distribuido a través de los destinos, pero se permite heteroscedasticidad a través del tiempo y los destinos. Por otra parte,  $\varepsilon_{it}$  se supone que está incorrelacionado con la condición inicial  $\ln Q_{it}$ , para  $t = 2, \dots, T$ , y con los efectos individuales  $\eta_i$  para cualquier  $t$ . Se espera un signo positivo para los coeficientes  $\beta_1$ ,  $\beta_2$  y  $\beta_7$ , y un signo negativo para los coeficientes  $\beta_3$ ,  $\beta_4$  y  $\beta_5$ .

Cuando se incluyen como explicativas las variables dependientes retrasadas, tanto el estimador intragrupos (WG) como el estimador de efectos alea-

torios son sesgados e inconsistentes (incluso si el resto de los regresores son estrictamente exógenos) a menos que el número de periodos de tiempo sea grande (Baltagi, 1995). El estimador MCO, que omite los efectos específicos de destino, es también sesgado si estos efectos son relevantes. Una solución a este problema es utilizar el modelo en diferencias y usar los retardos de la variable dependiente como instrumentos para la variable dependiente retardada. La solución propuesta en este estudio es utilizar el procedimiento de GMM de Arellano y Bond (1991). Este estimador (GMM-DIF) hace uso del hecho de que los valores de la variable dependiente retardada dos periodos o más son instrumentos válidos para la variable dependiente retardada. Esto va a generar estimaciones consistentes y eficientes de los parámetros de interés. El modelo dinámico que se estima será el siguiente:

$$\begin{aligned} \Delta \ln Q_{it} = & \alpha_i + \beta_1 \Delta \ln Q_{i,t-1} + \beta_2 \Delta \ln PIB_{it} + \\ & + \beta_3 \Delta \ln PT_{it} + \beta_4 \Delta \ln Cviaje_{it} + \\ & + \beta_5 \Delta D2001 + \beta_6 \Delta A\tilde{n}o Santo + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad [3]$$

donde  $i = 1, \dots, n$ ,  $t = 1, \dots, T$ ,  $\Delta \ln Q_{it} = \ln Q_{it} - \ln Q_{i,t-1}$ , y análogamente para las otras variables. El valor del parámetro  $\beta_1$  indica en qué grado el consumo turístico actual viene determinado por el valor del consumo anterior. Una ventaja de utilizar un modelo dinámico es que permite obtener las elasticidades tanto a corto plazo como a largo plazo. Una ventaja adicional está relacionada con el hecho de que diferenciamos los datos cuando usamos modelos dinámicos para datos de panel. Al diferenciar los datos eliminamos el problema de la no estacionariedad, y este método nos garantiza la consistencia de los coeficientes y las desviaciones típicas estimadas.

## 5. Resultados empíricos e implicaciones de política económica

En este apartado se presenta la estimación de la ecuación [3] con el estimador GMM-DIF de ▷

CUADRO 5  
RESULTADOS DE LA ESTIMACIÓN DEL MODELO DINÁMICO  
(1999-2008)

| Variable                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Estimador GMM-DIFF<br>de Arellano y Bond |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| $LnQ_{i,t-1}$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 0,68<br>(4,90)                           |
| $LnPIB$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 0,50<br>(3,96)                           |
| $LnPT$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | -0,21<br>(-3,62)                         |
| $LnCViaje$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | -0,27<br>(-4,84)                         |
| $D2001$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -0,03<br>(-2,95)                         |
| Año Santo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 0,04<br>(2,07)                           |
| Autocorrelación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 0,98                                     |
| Test de Sargan (d.f.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 13,42 (14)                               |
| Test de Wald                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 472,54 (6)                               |
| Nº. observaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 136                                      |
| <b>Parámetros a largo plazo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                          |
| $LnPIB$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1,56                                     |
| $LnPT$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | -0,66                                    |
| $LnCViaje$                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | -0,84                                    |
| Variable dependiente= $LnQ_{i,t-1}$ : Logaritmo del número de visitantes (per cápita) alojados en hoteles. Entre paréntesis estadísticos-t. Las estimaciones se obtienen utilizando como instrumentos los retardos de $LnQ_{it}$ con un máximo de dos períodos con el fin de reducir los sesgos de la muestra finita como resultado de tener muchos instrumentos en relación con el tamaño de la muestra transversal (Alonso-Borrego <i>et al.</i> , 1999). |                                          |
| <b>Fuente: elaboración propia.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                          |

Arellano y Bond. Para la estimación se ha utilizado el *software* econométrico StataSE.10. La consistencia de la estimación depende de si los valores retrasados de las variables endógenas y exógenas son instrumentos válidos en nuestra regresión. También esta metodología supone que no hay autocorrelación de segundo orden en los errores y, por lo tanto, se necesita un test de la hipótesis anterior. También hemos llevado a cabo un test de autocorrelación y el test de Sargan de sobreidentificación de restricciones tal como proponen Arellano y Bond (1991). El hecho de que no se rechace la hipótesis nula en ambos tests da apoyo a nuestro modelo. Los resultados empíricos de la estimación se muestran en el Cuadro 5.

Los resultados del Cuadro 5 muestran que el modelo funciona de manera satisfactoria. Las magnitudes y los signos de los coeficientes estimados resultan ser teóricamente razonables y estadísticamente significativos. No hay signos de correlación

serial y el test de Wald denota la significatividad conjunta de las variables explicativas.

Con el fin de interpretar los resultados del Cuadro 5, hay que señalar que los coeficientes estimados son las elasticidades de demanda a corto plazo. Para obtener las elasticidades a largo plazo hay que hacer algunas transformaciones<sup>1</sup>. Las elasticidades a largo plazo se presentan en la parte inferior del Cuadro 5.

Los resultados muestran que la persistencia de hábito es importante para explicar la demanda británica de hoteles en España. De hecho, el 68 por 100 del total de llegadas de británicos son atribuibles a la persistencia de hábitos y/o al efecto boca-a-boca. Este resultado es consistente con nuestras expectativas debido a la gran cantidad de visitantes que repiten como hemos mencionado anteriormente.

El coeficiente estimado para la variable renta tiene el signo y el valor absoluto esperado. De acuerdo con el valor estimado de la elasticidad a corto plazo (0,50), el turismo a España es considerado por los residentes del Reino Unido como un servicio normal y no de lujo. Sin embargo, la elasticidad-renta a largo plazo (1,56) sugiere que el turismo es muy dependiente de las condiciones económicas del Reino Unido. Como resultado de ello, sería conveniente diversificar el esfuerzo de promoción a diferentes países con el fin de evitar la vulnerabilidad a la evolución de las condiciones económicas de un solo mercado.

La elasticidad-precio a corto plazo estimada indica que las llegadas de turismo del Reino Unido a los hoteles españoles no son muy sensibles a los cambios de precios. De hecho, según el valor estimado, un aumento del 1 por 100 en los precios llevaría en el corto plazo a una disminución de 0,21 por 100 en el número de llegadas. Sin embargo, a largo plazo, la demanda de los turistas británicos en hoteles españoles es más sensible a los cambios de precios con un valor estimado de -0,66. De acuerdo con este resultado, la industria debe velar por ▷

<sup>1</sup> Si se supone el equilibrio a largo plazo, debe ser cierta la siguiente expresión:  $LnQ_{it} = LnQ_{i,t-1}$ . Así pues, las elasticidades a largo plazo se calculan dividiendo cada uno de los coeficientes estimados por  $(1-\beta_1)$ .

CUADRO 6  
COMPARACIÓN DE RESULTADOS CON ESTUDIOS PREVIOS

| Estudio                          | Datos<br>Origen-Destino | Elasticidad-Precio |             | Elasticidad-renta |             | Coeficiente<br>de ajuste |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------|-------------|-------------------|-------------|--------------------------|
|                                  |                         | Corto Plazo        | Largo Plazo | Corto Plazo       | Largo Plazo |                          |
| Croes & Vanegas, 2004            | US-Aruba                | -0,12              | -0,22       | 1,43              | 2,66        | 0,54                     |
|                                  | Holanda-Aruba           | -0,016             | -0,044      | 2,52              | 6,75        | 0,37                     |
|                                  | Venezuela-Aruba         | -0,77              | -1,62       | 1,82              | 3,86        | 0,47                     |
| Dritsakis, 2004                  | Alemania-Grecia         | —                  | -0,99       | —                 | 2,16        | —                        |
|                                  | Reino Unido-Grecia      | —                  | -1,20       | —                 | 6,03        | —                        |
| Brida <i>et al.</i> , 2009       | Alemania-Tirol Sur      | -1,05              | -4,36       | 0,46              | 1,92        | 0,76                     |
| Garín-Muñoz <i>et al.</i> , 2000 | Resto del Mundo-España  | -0,10              | -0,23       | 0,91              | 2,07        | 0,44                     |
| Garín-Muñoz, 2007                | Alemania- España        | -1,06              | -2,16       | 2,69              | 5,40        | 0,49                     |
| Song <i>et al.</i> , 2000        | Reino Unido-Alemania    | -0,69              | -1,25       | 2,30              | 2,26        | —                        |
|                                  | Reino Unido-España      | -0,49              | -0,50       | 2,77              | 2,20        | —                        |
|                                  | Reino Unido-Francia     | -0,78              | -1,08       | 1,67              | 2,12        | —                        |
| Garín-Muñoz (estudio presente)   | Reino Unido-España      | -0,21              | -0,66       | 0,50              | 1,56        | 0,68                     |

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de trabajos anteriores.

mantener o mejorar la competitividad de los precios. En este sentido, hay varios destinos competidores que están haciendo grandes esfuerzos para mejorar la relación calidad/precio de su oferta. Este es el caso de países como Turquía, Bulgaria, Croacia y Túnez.

Debido a que el coste de la vida de los turistas británicos en España ya no puede ser considerado como bajo (y en especial durante los últimos años después de la devaluación de la libra frente al euro), el esfuerzo debe centrarse en la mejora de la calidad del producto de acuerdo con las demandas de los nuevos consumidores. Sin embargo, cuando se habla de competitividad con respecto a los destinos emergentes, es importante tener en cuenta la ventaja comparativa de España en términos de seguridad, salud pública e infraestructuras.

Al igual que en otros estudios para el caso de España (Garín-Muñoz, 2006), los resultados estimados muestran que el coste del viaje es un determinante significativo de la demanda turística. En este caso los valores estimados a corto y a largo plazo de esta elasticidad son -0,27 y -0,84, respectivamente. Los valores estimados muestran el alto nivel de dependencia del turismo británico de las tarifas aéreas. Entonces, la proliferación de las compañías de bajo coste (CBC) se traducirá en un aumento en el número de visitantes.

Los resultados confirman el impacto negativo y significativo esperado de los ataques terroristas del

11 de septiembre en el número de llegadas. Además, la celebración del Año Santo tiene un impacto positivo bajo, pero significativo en el número de residentes británicos que llegan a Galicia.

En el Cuadro 6 se muestra una comparación de los resultados de éste y otros trabajos anteriores. Los trabajos incluidos en el cuadro han sido seleccionados ya sea por la similitud del destino o por el enfoque teórico y econométrico.

El cuadro muestra los valores estimados para las elasticidades precio y renta (a corto y a largo plazo) y el coeficiente de ajuste del turismo a los cambios en las variables explicativas. Aun cuando existen diferencias en función del par de países (de origen y destino) considerado, las elasticidades obtenidas en este estudio están en línea con los resultados de estudios anteriores. También es importante señalar que en todos los casos en que el coeficiente de ajuste está disponible, los valores son muy próximos entre sí. En el caso del presente estudio, más de la mitad de la adaptación a los cambios en las variables se lleva a cabo durante el primer año. Al comparar con el otro estudio disponible para el caso de Reino Unido y España (Song *et al.*, 2000), las elasticidades precio son muy similares. Sin embargo, los valores de la elasticidad renta que se obtienen en el presente estudio son mucho más bajos. Esto puede explicarse por la popularización de los viajes que hace que el turismo ya no deba ser considerado como un bien de lujo. ▷

## 6. Conclusiones

El objetivo de este artículo es modelizar la demanda de turistas británicos en alojamientos hoteleros españoles. El modelo que se presenta es un modelo dinámico con datos de panel.

Los datos utilizados para construir el modelo se obtuvieron de organismos oficiales en España (INE) y la Unión Europea (Eurostat). Nuestro objetivo es especificar y medir los principales determinantes de la demanda. El modelo seleccionado permite conocer las elasticidades a corto y largo plazo para las variables de interés. Esto es una ventaja adicional sobre la mayoría de los estudios de la demanda turística, que se basan en modelos estáticos y sólo estiman elasticidades a largo plazo.

Una de las principales conclusiones del estudio es la importancia de la variable dependiente retrasada que con un valor estimado de 0,68 resulta ser altamente significativa. Este resultado puede ser interpretado en términos del elevado grado de fidelidad al destino por parte de los turistas británicos y/o como consecuencia del importante efecto del boca a boca a la hora de tomar la decisión a favor del destino. La implicación política de este resultado es que, con el fin de atraer más turistas a cualquiera de los destinos, los proveedores de productos y servicios deberían mejorar la calidad del servicio y actualizar su imagen de marca. La presencia de huéspedes que repiten, podrían también ser considerados como un elemento de disuasión a las tentaciones de incrementar beneficios reduciendo la calidad.

Los valores estimados de la elasticidad-renta sugieren que las condiciones económicas del Reino Unido son un factor muy importante en la determinación de la demanda turística en España. Por lo tanto, es importante que las autoridades y los hoteleros sigan muy de cerca los ciclos económicos en Reino Unido. Y, también, sería importante para el sector diversificar riesgos y dirigir los esfuerzos hacia otros potenciales mercados emisores.

Los residentes británicos son sensibles a los precios relativos del coste de la vida. Y aquí, es importante tener en cuenta que los precios relati-

vos dependen en gran medida del tipo de cambio que es una variable incontrolable y especialmente en estos tiempos.

El turismo del Reino Unido es también muy sensible a los gastos de viaje. La razón puede ser que el coste del viaje representa una parte significativa del coste total de la estancia. Así pues la rápida implantación de las compañías de bajo coste generará un aumento de la demanda procedente de Reino Unido que beneficiará al sector turístico español.

También hemos encontrado que los eventos especiales pueden tener un impacto significativo en la demanda turística. Parece razonable suponer que después de los ataques terroristas del 11 de septiembre, los turistas extranjeros han cambiado los destinos de larga distancia por destinos de corta distancia, y que los destinos accesibles en coche fueron preferidos a los destinos accesibles por avión como es el caso de los viajeros procedentes de Reino Unido.

Una posible extensión de este estudio sería la de establecer los diferentes segmentos de la demanda. Probablemente, el comportamiento de los turistas sería diferente en función de la categoría del hotel. Nuestro a priori es que la magnitud relativa del impacto de cada uno de los factores considerados económico en la demanda de alojamiento varía según los segmentos del mercado de alojamiento. El conocimiento de los segmentos de la demanda sería muy útil para diseñar la estrategia de los empresarios hoteleros.

## Bibliografía

- [1] ARELLANO, M. y BOND, S. (1991): «Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations». *Review of Economic Studies*, nº 58, pp. 277-297.
- [2] BRIDA, J. G. y RISSO, W. A. (2009): A Dynamic Panel data Study of the German Demand for Tourism in South Tyrol. Disponible en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1336491>
- [3] CROES, R.R., y VANEGAS, M. (2004): An econometric study of tourist arrivals in Aruba and its implications. *Tourism Management*, vol. 26, nº 6, pp. 879-890. ▷



- [4] CROUCH, G.I. (1995): A meta-analysis of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, vol. 22, nº 1, pp. 103-118.
- [5] DANIEL, A.C.M., y RAMOS, F.F.R. (2002): «Modelling inbound international tourism demand to Portugal». *International Journal of Tourism Research*, nº 4, pp. 193-209.
- [6] DRITSAKIS, N. (2004): «Cointegration analysis of German and British tourism demand for Greece». *Tourism Management*, nº 25, pp. 111-119.
- [7] FUJII, E.T. y MAK, J. (1981): «Forecasting tourism demand: Some methodological issues». *Annals of Regional Science*, vol. 15, nº 2, pp. 72-82.
- [8] GARÍN-MUÑOZ, T. (2006): «Inbound International Tourism to Canary Islands - a dynamic panel data model». *Tourism Management*, vol. 27, nº 2, pp. 281-291.
- [9] GARÍN-MUÑOZ, T. (2007). German Demand for Tourism in Spain. *Tourism Management*, vol. 28, nº 1, pp. 12-22.
- [10] INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2008): Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras, FRONTUR, 1999-2008.
- [11] INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2008): Encuesta de Ocupación Hotelera (1999-2008).
- [12] LIM, C. (1997): «An econometric classification and review of international tourism models». *Tourism Economics*, vol. 3, nº 1, pp. 69-82.
- [13] MELLO, M., PACK, A. y SINCLAIR, M. T. (2002): «A system of equations model of UK tourism demand in neighboring countries». *Applied Economics*, nº 34, pp. 509-521.
- [14] MORLEY, C.L. (1998). A dynamic international demand model. *Annals of Tourism Research*, vol. 25, nº 1, pp. 70-84.
- [15] OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS (2008): International Passengers Survey, IPS.
- [16] ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2009): Panorama del turismo internacional.
- [17] SONG, H., ROMILLY, P. y LIU, X. (2000): «An empirical study of outbound tourism demand in the UK» *Applied Economics*, nº 32, pp. 611-624.
- [18] WITT, S.F. y MARTIN, C.A. (1987): «Econometric models for forecasting international tourism demand». *Journal of Travel Research*, vol. 25, nº 3, pp. 23-30.