

CAJA 79

FOLLETO 7

Z-85

MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO
DIRECCION GENERAL DE PROMOCION DEL TURISMO • OFICINA TECNICA



INFORME DE LA COYUNTURA TURISTICA

FEBRERO

C. - 79

F. - 7

R. - 12.277



COMENTARIO

0. LA COYUNTURA TURISTICA

CIFRAS ESTIMADAS EN FEBRERO DE 1972

0.1. AFLUENCIA DE VISITANTES

En el mes de febrero se ha estimado que visitaron España 1.083.120 personas, frente a 980.217 que lo hicieron en el mismo mes de 1971, con aumento de 102.903 en valores absolutos y del 10,5 por 100 en términos relativos.

0.2. INGRESOS Y GASTOS POR TURISMO

Los ingresos estimados por turismo en el periodo enero-febrero se cifran en 250,12 millones de dólares, con aumento del 22,5 por 100 sobre 1971. Los pagos por turismo exterior se calculan el 20,26 millones de dólares con aumento del 41,7 por 100. El saldo neto sería del orden de los 229,86 millones de dólares, con aumento del 21,0 por 100.

CIFRAS REALES EN ENERO DE 1972

Según cifras definitivas en el mes de enero llegaron a España un total de 1.113.857 personas frente a 983.136 que lo hicieron el mismo mes de 1971, con aumento del 13,3 por 100. En conjunto el número de extranjeros aumentó en un 14,5 por 100 y los españoles residentes en el extranjero disminuyeron en un 3,5 por 100.

Los ingresos y pagos por concepto de turismo han sido los siguientes

	En millones de dólares	Variación 1972/71
Ingresos	144,93	33,0
Pagos	10,11	71,4
Saldo	134,82	30,8

0.3. ZONAS TURISTICAS

- Zona I** Costa Brava y Costa Dorada (Barcelona, Gerona y Tarragona).
- Zona II** Costa del Azahar y Costa Blanca (Levante) Albacete, Alicante, Castellón, Murcia, Teruel y Valencia.
- Zona III** Costa del Sol y Costa de la Luz (Andalucía). (Almería, Cádiz, Ceuta, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Melilla y Sevilla).
- Zona IV** Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas (Norte). (Alava, Asturias, Burgos, Guipúzcoa, La Coruña, León, Logroño, Lugo, Orense, Palencia, Pontevedra, Santander y Vizcaya).
- Zona V** Pirenáica (Huesca, Lérida, Navarra y Zaragoza).
- Zona VI** Islas Baleares
- Zona VII** Islas Canarias (Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife).
- Zona VIII** Madrid y su contorno monumental y artístico. (Avila, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Madrid, Segovia, Soria y Toledo).
- Zona IX** Lagos de Castilla (Occidental). (Badajoz, Cáceres, Salamanca, Valladolid y Zamora).

0.4. RESUMEN DE LA CAPACIDAD HOTELERA Y EXTRAHOTELERA EN EL MES DE FEBRERO DE 1972

Categoría	Plazas			
	Febrero	Mes anterior	Nuevas plazas	Variación
Hoteles, hostales y pensiones de estrellas	618.317	615.878	2.439	0,4
Fondas y casas de huéspedes	135.947	135.947	-	
Capacidad hotelera	754.264	751.825	2.439	0,3
Apartamentos censados	433.800	403.106	30.694	7,6
Campings	204.140	204.140	-	
Capacidad extrahotelera	637.940	607.246	30.694	5,1
Total	1.392.204	1.359.071	33.133	2,4

Fuente: Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas. Su elaboración corresponde a la Oficina Técnica de la Dirección General de Promoción del Turismo.

En el transcurso del período abril 1971, a febrero 1972, han sido incorporadas a las estadísticas de control del Ministerio de Información y Turismo 305.106 plazas de Apartamentos Turísticos, anteriormente no declarados.

PLAZAS

SERIE RETROSPECTIVA

Año	Hoteles, hostales y pensiones			Casas de huéspedes			Camping			Apartamentos		
	Nº plazas	Nuevas plazas	Variación %	Nº plazas	Nuevas plazas	Variación %	Nº plazas	Nuevas plazas	Variación %	Nº plazas	Nuevas plazas	Variación %
1960	150.821	-	-				25.249	-	-	-	-	-
1969	465.386	30.965	7,1	-	-	-	171.195	15.136	9,7	114.902	13.394	13,2
1970	545.798	80.412	17,3	135.797 (1)	-	-	190.820	19.625	11,5	121.167	6.265	5,5
1971	612.338	66.540	12,2	135.947	150	0,1	203.419	12.599	6,6	372.412	251.245	207,4

RESUMEN DE LA CAPACIDAD RECEPTIVA

	Total plazas	Nuevas plazas	Variación
1960	176.070	-	-
1969	751.483	59.495	8,6
1970	993.582	242.099	32,2
1971	1.324.116	330.534	33,3

(1) *Por primera vez se incluyen Casas de huéspedes en establecimientos hoteleros.*

(2) *En el transcurso del año 1971 han sido incorporados a las estadísticas de control del Ministerio de Información y Turismo 274.412 nuevas plazas correspondientes a apartamentos turísticos anteriormente no declarados.*

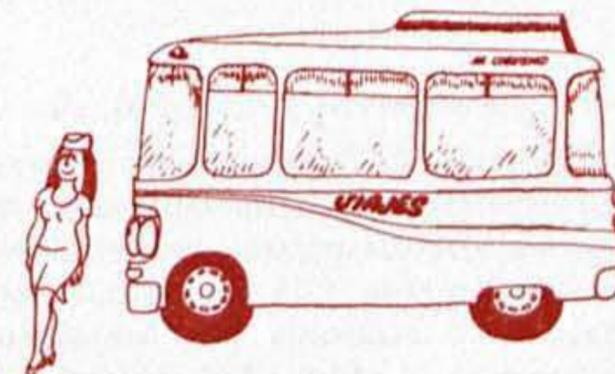
EL SISTEMA DE MAYORISTAS O TOUR-OPERATORS EN EL TURISMO

1. ORIGEN DEL TOUR-OPERATOR

Aproximadamente al principio de la década de los sesenta surgen en Europa con algunas variaciones según los países, especiales condiciones socioeconómicas que hacen aparecer como una nueva y repentina explosión el desarrollo de los mayoristas del turismo. Estos mayoristas ya existían en distintos países de tradición viajera. Aun antes de los años treinta, famosas han sido las Agencias como "Cook" y otras similares. Los condicionamientos socioeconómicos —clases adineradas—, de transporte —ferrocarril, barco—, hotelería —grandes hoteles internacionales hacían de estos viajes colectivos algo distinto, aunque precursor, de los viajes actuales.

A medida que, en la recuperación de la II Guerra Mundial permite un mejor desarrollo de los pueblos occidentales las clases medias en sus distintos niveles fueron disponiendo de recursos económicos e incentivos sociales sobre los que actuó la publicidad y popularización del turismo. Esta situación hace que los servicios ofrecidos por las tradicionales Agencias detallistas cuyos servicios se reducían a la venta de billetes de viaje y la reserva de hoteles, resultaran insuficientes. La demanda empezaba a hacerse masiva y requería unos sistemas de organización muy complejos y a su vez, los clientes querían disfrutar de bienes concretos para los que sus recursos económicos y culturales —idiomas, etc.— eran más bien escasos y necesitaban ayuda complementaria que podían encontrar solución en las Agencias mayoristas y los viajes colectivos. Antes de 1960 había, por ejemplo, en Inglaterra, más de seiscientas Agencias de Viajes. Un nuevo aliciente lo proporciona la "mercancía turística". Se venden países, su sol, sus precios, su cultura histórica. Solamente hace falta canalizar las corrientes de la demanda real y sobre todo de la potencial.

Para facilitar el proceso coopera el desarrollo de la aviación civil.



Primero fueron los pequeños aviones que ofrecían rapidez y después los grandes tetramotores que salvaban grandes distancias. Posteriormente llegan al mercado reactores con creciente capacidad en sus modelos sucesivos que conjuntan la rapidez, la gran capacidad, la seguridad y la comodidad del vuelo y el abaratamiento de los precios. Por la masividad de viajeros, la organización requerida y las características del transporte aéreo imponen un tipo de operabilidad y de descenso de tarifas y precios que, ni las viejas Agencias de Viajes, ni la hotelería internacional, en las Compañías Aéreas de bandera con sus líneas regulares, son capaces de atender: aún surge el mayorista de turismo o Tours-operator.

El Tours-operator no es sólo una figura nueva en la competencia de un nuevo mercado distinto en sus características a los tradicionales. Es un sistema muy racionalizado de manipulación de la demanda y, de ciertos aspectos de la oferta. En el Tours-operator se concentran tanto los medios de producción: organización administrativa, sistemas de promoción, publicidad, como los medios de transporte (aviones sobre todo, y automóviles) y los de alojamiento (hoteles, residencias, apartamentos). El rasgo significativo es pues, la concentración, por otra parte muy en la línea de los sistemas empresariales modernos. Tal concentración se realiza o directamente por la propiedad de los medios —compras, inversiones— o por contratos masivos con hoteles, etc. A su vez, el Tours-operator va quedando, cada vez más, como el organizador sin contacto directo con el público a quien atienden los detallistas, que han sobrevivido en la competencia.

Además de la organización, la fuerza del mayorista a pesar del abaratamiento de precios reside en la acumulación de múltiples pequeños ingresos que producen intereses conjuntos en una sola operación. Tales beneficios acumulan los del transporte masivo, los obtenidos de las ofertas especiales a grandes grupos en la hotelería cuando esta no es propiedad del propio Tours-operator, y otros complementarios como

servicios de recreo y diversión, etc.

Es evidente la influencia del Tours-operator en el acrecentamiento del turismo receptivo. Inicialmente estas organizaciones aprovecharon la popularidad de países que, reuniendo atractivos adecuados, motivaban favorablemente a la demanda ya por su prestigio histórico ya por la publicidad realizada por los departamentos públicos o la iniciativa privada de la oferta. Con posterioridad, los Tours-operator han debido realizar grandes campañas publicitarias y de promoción y otros gastos de organización que exigen grandes sumas de dinero proporcionadas, no por el país receptor, sino por la banca internacional o las grandes compañías de inversión que o son propietarias del mayorista o le respaldan económicamente.

Otros aspectos de su participación en el turismo de los países receptivos son los contratos masivos y por adelantado de ocupación hotelera, los créditos a la construcción y las inversiones directas en la industria hotelera, la utilización de líneas aéreas regulares, y el fomento del uso de los cheques de viajeros, y otros documentos de crédito que si bien propiciados por su propia banca, permiten al visitante disponer de medios de compra para gastar en el país visitado.

2. INCIDENCIA DEL TOUR-OPERATOR EN LA ECONOMIA TURISTICA

A nuevas necesidades surgen siempre nuevas soluciones. Ante los planteamientos de una demanda tan específica como la consumidora del turismo masivo, la modalidad de ventas que propicia el Tours-operator ha imprimido características adecuadas al nuevo mercado que constituye el turismo. Su incidencia en él repercute con rasgos típicos, algunos de ellos comunes a la actividad económica y otros específicos del turismo.

En primer lugar, el Tours-operator promueve ventas masivas. Ya no es solamente el viaje colectivo de un grupo, como trabajaban las antiguas Agencias de Viajes. Es la promoción en oleadas de grandes grupos de viajeros, en una cadena ininterrumpida durante temporadas. Y es la venta del viaje pero también del alojamiento de destino, los servicios, los medios de cambio y la organización total del turismo alrededor de una motivación principal y otras complementarias, también muy importantes.

En esta venta masiva se abren al mercado turístico paisajes, geografías y climas, historia, tradición y culturas, sociedades, relaciones humanas y folklore. Todo ello resumido en países, su imagen y su nombre como slogan. Un país y todo lo que contiene y significa, además de los bienes y servicios propiamente de consumo turístico es lo que maneja como oferta el Tour-operator. A la vez que promueve y orienta a la demanda. Resulta así un intermediario todopoderoso.

Convenientemente opera sobre el abaratamiento de precios. La competencia le incita a ello, la masividad de la demanda, su nivel socio-económico y la facilitación del transporte masivo se lo permiten. Con los bajos precios hay una mayor democratización en el disfrute de bienes por parte de la demanda, pero también para la oferta, una singular fuente de activación de la economía nacional y regional, promoción de zonas y puesta en marcha de muchas industrias y servicios. De esta manera se realiza el entronque con las grandes magnitudes y factores de la economía general de un país.

Por exigencia de las propias inversiones y organización, los Tours-operator actúan como correctores de la estacionalidad al promover viajes más baratos fuera de temporada, en fines de semana, o por períodos cortos. Es evidente que al suavizar la estacionalidad ayuda a mantener en grados aceptables de ocupación a los hoteles y otros alojamientos, pero también ocupa mano de obra y consume servicios y uso de instalaciones, que de otra manera quedarían ociosos. Asimismo contribuyen a asegurar la continuidad de visitantes a un determinado país, contra los estados emocionales y las campañas de signo adverso.

Otra incidencia en lo económico de esta actividad es la continua exigencia de perfeccionamiento técnico. La tecnología es un elemento crecientemente importante de las economías y de las sociedades modernas. En este caso la tecnología consiste en la racionalización de la organización y del servicio. La exigencia de obrar con mínimas ganancias proporcionando, a la vez, servicios a niveles de calidad medios pero atractivos, obligan a perfeccionar continuamente los sistemas de trabajo. Pero el prestigio es un factor publicitario muy importante, de aquí que el esmero en la contraprestación exija técnicas de organización y control de fina sensibilidad. En el mismo caso se encuentran las técnicas de marketing y publicidad.

Por último, el Tours-operator actúa sobre las motivaciones no sólo en el campo de la promoción, sino en el de su captación con técnicas psicosociales y en el de su orientación. Son exigencias que cada vez más habrá de tener en cuenta este sistema de promoción de ventas, pues la demanda existente debe ser ampliada en nuevas dimensiones que diversifiquen la clientela en profundidad de las capas socioeconómicas y hacia campos y atractivos diferentes de los actuales masivos veraniegos y vacacionales.

No obstante el Tours-operator también ofrece contrapartidas importantes, aún más que para la economía general de un país receptor, para la de algunos sectores que no obstante poder entrar en la cooperación han llegado a enfrentarse con dura competencia. Así las compañías aéreas regulares enfrentadas a los Charter —en su mayoría bajo el control de los Tours-operator—. Y la hotelería que por diversos caminos y fórmulas queda, con frecuencia, mediatizada por las exigencias y compromisos impuestos por los mayoristas.

En general, puede resumirse que el Tours-operator beneficia a países en proceso de desarrollo que aún no tienen ni organización ni capacidad para enfrentarse a la dura y difícil problemática del turismo masivo y aún a los que han adquirido su plena madurez porque sin la presencia de los Mayoristas no se hubiesen alcanzado las actuales cifras, ni se hubiese corregido la estacionalidad con los viajes fin de semana en baja temporada. Si bien, a plazo medio, los sujetos nacionales promotores de turismo habrán de hallar fórmulas para colaborar y repartir gestiones, riesgos y beneficios de una manera equitativa según la participación de la demanda y la oferta, de los intereses e inversiones en este campo del turismo en creciente progreso.

3. PARTICIPACION DEL TOUR-OPERATOR EN EL DESARROLLO TURISTICO ESPAÑOL

El Tours-operator es en la actualidad uno de los grandes motores del Turismo internacional, y en este sentido participan en el dominio del mercado y se interesan por aquellos países que, a través de diversos estudios, consideran pueden ser los puntos de recepción más atractivos para su gran masa de clientes. En consecuencia, el Mayorista efectúa una promoción en masa de los puntos hacia los que enfocan sus ofertas y cuya elección se hace en base a una serie de factores como son los

precios, el clima, el patrimonio artístico, etc. De esta forma, España que es considerada como país de destino turístico por estos grandes mayoristas, se ve beneficiada por una publicidad adicional que coadyuva a la mayor difusión de nuestra imagen turística.

No existen en la actualidad estadísticas fehacientes del volumen de viajeros que mueven los Tours-operator. No obstante, el número de visitantes que nuestro país recibe como consecuencia de la gestión de éstos puede verse claramente reflejado en el movimiento de pasajeros en vuelos Charter, ya que existe entre ambos una estrecha correlación debida a que la mayor parte (entre el 70 y el 80 por 100) de la masa turística que mueven los mayoristas utilizan esta modalidad de transporte aéreo.

TRAFICO INTERNACIONAL HACIA ESPAÑA (Entradas y salidas)

Año	Regular	% sobre el total	Charter	% sobre el total
1960	711.491	69	316.772	31
1968	2.840.543	38	4.570.852	62
1971	4.445.432	29	10.964.740	71

Podemos así ver claramente en el cuadro adjunto la gran importancia que el Charter va adquiriendo año tras año, de manera tal que España es, en la actualidad, el primer país europeo en cuanto a recepción de vuelos Charter (Palma de Mallorca ha sido el primer aeropuerto de Europa).

La creciente participación del Charter en el total del número de visitantes nos puede dar la medida justa de la importancia creciente de los Tours-operator en el desarrollo de nuestro turismo.

PASAJEROS CHARTER

Año	Nº de pasajeros Charter	% variación	Participación en el total de visitantes
1968	2.285.000	-	11,9
1969	3.126.000	35,8	14,4
1970	3.922.000	25,5	16,3
1971	5.482.000	39,8	20,5

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho, sólo la relación entre vuelos Charter y Mayoristas de turismo, es claro el rápido incremento del número de visitantes que vienen a España de la mano de los Tours-operator. Lo que indica dos cosas principalmente:

- 1º España es un punto de atracción para una gran masa de potenciales visitantes.
- 2º Los Tours-operator, como captadores del sentir de los grandes contingentes de posibles turistas consideran a nuestro país como punto de atractivo preferencial de demanda turística y en este sentido promocionan y realizan sus viajes a España.

Existen, además, otros extremos que deben considerarse como muy interesantes desde el punto de vista del desarrollo de nuestra economía turística. Uno de ellos es la calidad de los visitantes que traen a España los Tours-operator. Debe considerarse en este sentido que estos grandes organizadores de viajes programan los mismos de manera que las estancias duren entre 8 y 15 días cuando menos, lo que asegura unas estancias medias bastante altas; por otra parte, los alojan en establecimientos hoteleros en su mayor parte y, si bien los precios globales de los viajes son bajos, debemos pensar que el turista programa para su viaje un cierto presupuesto que no debe verse reducido por el hecho de un viaje y estancia a precios bajos, sino que se mantiene con un aumento en los gastos complementarios que todo turista realiza (visitas, diversiones, compras, etc.), y que pueden cifrarse en una tercera parte del total de los gastos, lo que representó según datos estimativos más de 600 millones de dólares de ingresos en 1971.

Todo esto supone que con una estancia media alta y unos gastos de cuantía aceptable que en definitiva son turísticos, los visitantes que traen a España los Tours-operator suponen un buen ingreso en divisas. Otro aspecto es el de que las Agencias mayoristas programan gran cantidad de viajes en temporada baja de demanda. Esto, y aunque sea a precios reducidos (cosa que, por otra parte, ocurre en todos los países receptores de turismo del mundo), es algo beneficioso que representa

un aspecto de la moderna empresa que trabaja cara a la nueva sociedad de masas; esto es, "conformarse con las ganancias de muchos pocos". Beneficia a nuestro turismo por varias razones: primero, porque evita una estacionalidad muy marcada en la demanda turística, ya que permite mantener durante el invierno el grado de ocupación necesario en instalaciones y personal para atender a esta nueva demanda y, por último, porque a través de este contingente de visitantes se promocionan nuevas motivaciones turísticas (cultural, artística, de nieve), y llevan una imagen nueva de España a sus países, lo que, naturalmente, supone una nueva publicidad.

Como manifestación concreta de las tendencias anteriormente expuestas pueden considerarse los casos de Inglaterra y de los Países Escandinavos.

En cuanto a Inglaterra, puede calcularse que el volumen total de visitantes de España utilizan en algo más del 70 por 100 el vuelo Charter que les ofrecen los Tours-operator. Es decir que si en 1971 llegaron a España 3.260.000 ingleses, alrededor de 2.200.000 fueron transportados por Charter al servicio de los Tours-operator.

Por otra parte, en cifras estimadas, los mayoristas ingleses orientan hacia España algo más del 40 por 100 de los turistas británicos que salen al extranjero. Ello indica la importancia de las relaciones entre los Tours-operator ingleses y España. En algunos casos estas empresas han sido creadas para aprovechar el "boom" turístico español. Todas ellas han sido factor principal en el incremento de la corriente turística de Inglaterra hacia España.

De modo similar, de 494.000 visitantes suecos llegados a España en 1971 cerca de 400.000 fueron traídos por Tours-operator. Y de 373.000 daneses venidos a España en el mismo año de 1971, unos 350.000 lo hicieron con los mayoristas. Estos altos porcentajes, aunque solamente estimados, ya que las cifras reales son prácticamente imposibles de obtener, indican la importancia que en la orientación del turismo hacia España tienen los Tours-operator.

4. LOS MAYORISTAS DE VIAJES Y EL TURISMO BRITANICO A ESPAÑA

Según datos de la asociación "Tours-Operators Study Group"

(T.O.S.G.) que agrupa a los mayoristas británicos, el número de turistas llegados a España en grupos organizados por las compañías miembros fueron los siguientes.

	1968	1969	1970	1971
Clarksons	91.555	184.197	246.000	383.051
Thomson Holidays	130.000	200.000	190.000	285.000
Horizon Holidays	65.000	92.000	148.000	180.000
Global	81.000	116.000	128.000	162.000
Cosmos Tours	54.000	92.000	80.000	110.000
Blue Sky	9.000	45.000	62.000	113.000
Lunn Poly	63.000	58.000	49.000	60.000
Apal Travel	30.000	32.000	32.000	38.000
Milbank Tours	14.000	25.000	23.000	28.000
Wings		17.000	20.000	20.000
4S Travel			19.000	30.000
Whitehall Holidays	10.000	11.000	12.000	13.100
Swans	6.000	7.000	10.700	14.500
Travel Club	5.000	5.000	5.000	5.000
Leroy Tours	2.600	3.000	3.000	3.700
Total	561.155	887.197	1.027.700	1.445.351

Por otra parte, los gastos de publicidad de los principales mayoristas británicos, se estimaron en 1969 en 475.000 libras esterlinas. A estos gastos hay que añadir los de impresión y distribución de folletos. A título de ejemplo Clarksons invirtió en la impresión de su folleto de 1971, la cifra de 250.000 libras esterlinas.

5. DATOS DEL VOLUMEN DE OPERACIONES DE ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES MAYORISTAS DE VIAJES

La mayorista Thomson Holidays, que opera en un 88 por 100 aproximadamente con España en la que invirtió en hoteles 4.100.000 libras esterlinas en 1971 (contra 3.800.000 libras esterlinas en 1970), tuvo un volumen de negocios estimado en 16.600.000 de libras esterlinas en 1971. En 1972 espera alcanzar las 23.800.000.

La mayorista británica Horizon Holidays el 75 por 100 de cuya actividad se orienta hacia España. Tuvo un volumen de negocios de unas 20.000.000 libras esterlinas en 1971.

Clarksons, que opera casi exclusivamente en nuestro país, tuvo un volumen de negocios en 1970/71 de 22.000.000 de libras esterlinas y espera alcanzar las 24.000.000 de libras esterlinas en 1971/72.

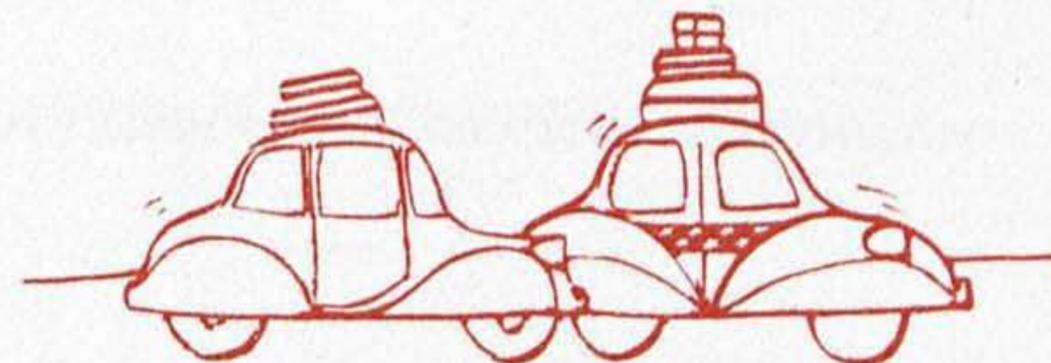
El volumen de negocios de Global Tours es de aproximadamente 14.000.000 de libras esterlinas al año (el 78 por 100 de su actividad está dirigido hacia España) y Lunn Poly mueve unas 7.000.000 de libras esterlinas anuales.

La compañía de vuelos "Charter" Sterling que actúa en los países escandinavos es propiedad del mayorista Tjäreborg. Sterling transportó en 1971 2.000.000 de pasajeros, con un volumen de negocios de 3.726.000 de coronas danesas. Este volumen de negocios es superior en un 50 por 100 al de la compañía SAS. Aproximadamente la mitad de los viajeros transportados por Sterling fueron contratados directamente por Tjäreborg.

La mayorista Spies, que opera en el mercado escandinavo, engloba a un consorcio de empresas, entre las que se encuentra la compañía de vuelos "Charter" Connair, propietaria de cinco jets. Este conjunto de empresas mueve alrededor de un millón de viajeros, de los cuales 120.000 vienen a España. La empresa matriz (Simon Spies), posee un capital social del orden de 9.000.000 de coronas suecas.

La compañía mayorista alemana Neckemann transportó a España en 1970 la cifra de 194.600 pasajeros, dirigiéndose prácticamente en su mayoría a las Islas Canarias y Baleares. En 1971 dicha cifra se elevó a 306.000 pasajeros, con el mismo destino.

VISITANTES LLEGADOS A ESPAÑA (por medios de transporte)

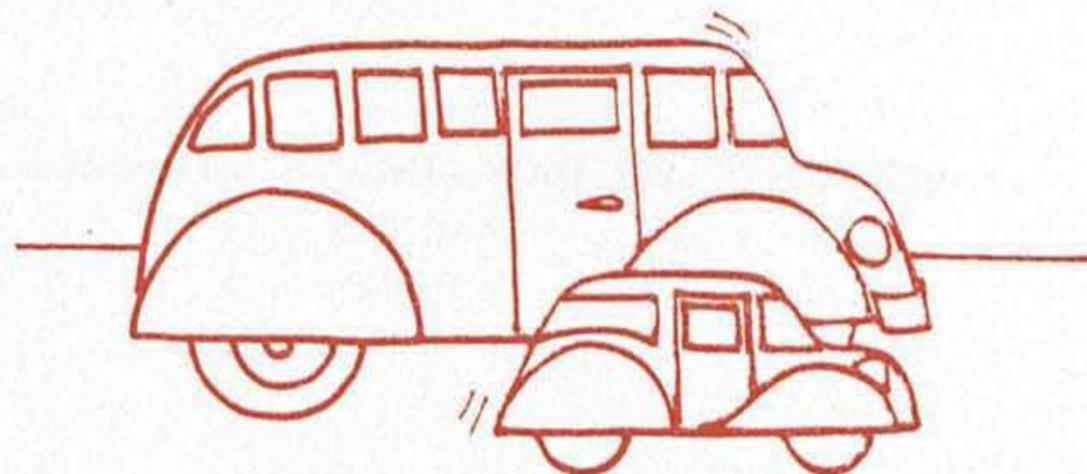


Entrados	Febrero 1972	Febrero 1971	Variación 1972/71
Extranjeros			
Por aeropuertos	324.585	275.648	17,8
Por carretera	510.188	468.052	9,0
Por ferrocarril	88.447	83.664	5,7
Por puertos marítimos	90.285	87.137	3,6
Total	1.013.505	914.501	10,8
Españoles residentes en el extranjero			
Por aeropuertos	5.859	5.159	13,6
Por carretera	45.377	43.478	4,4
Por ferrocarril	17.469	16.246	7,5
Por puertos marítimos	910	833	9,2
Total	69.615	65.716	5,9
Total entrados	1.083.120	980.217	10,5

Comentario:

El número de personas que se estima visitaron España en el mes de febrero, alcanza la cifra de 1.083.120 que representa un aumento del 10,5 por 100 respecto del mismo mes de 1971.

VISITANTES LLEGADOS A ESPAÑA POR MESES Y POR MEDIOS DE TRANSPORTE



Meses	Por meses			Entrados	Por medios de transporte		
	1972	1971	Variación 1972/71 %		Febrero 1972	Febrero 1971	Variación 1972/71 %
Enero	1.113.857	983.136	13,3	Por aeropuertos	330.444	280.807	17,7
Febrero	1.083.120	980.217	10,5	Por carretera	555.565	511.530	8,6
Total	2.196.977	1.963.353	11,9	Por ferrocarril	105.916	99.910	6,0
Marzo		1.236.050		Por puertos marítimos	91.195	87.970	3,7
Abril		1.898.694		Total	1.083.120	980.217	10,5
Mayo		1.937.907					
Junio		2.586.122					
Julio		4.689.663					
Agosto		5.223.043					
Septiembre		2.853.964					
Octubre		1.753.837					
Noviembre		1.254.621					
Diciembre		1.360.902					
Total		26.758.156					

REGISTRO DE VIAJEROS LLEGADOS POR LAS DIFERENTES FRONTERAS

	Febrero 1972	Febrero 1971	Variación 1972/71%
Francia	373.850	349.266	7,0
Marruecos	78.272	71.427	9,6
Portugal	209.359	190.747	9,8
Fronteras terrestres	661.481	611.440	8,2
Aeropuertos	330.444	280.807	17,7
Puertos marítimos	91.195	87.970	3,7
Total entrados	1.083.120	980.217	10,5

	Enero-febrero 1972	Enero-febrero 1971	Variación 1972/71%
Francia	744.628	706.778	5,4
Marruecos	166.451	148.098	12,4
Portugal	419.261	355.888	17,8
Fronteras terrestres	1.330.340	1.210.764	9,9
Aeropuertos	692.333	562.989	23,0
Puertos marítimos	174.304	189.600	- 8,1
Total entrados	2.196.977	1.963.353	11,9

REGISTRO DE ESPAÑOLES SALIDOS AL EXTRANJERO



	Febrero 1972	Febrero 1971	Variación 1972/71%
Aeropuertos	19.425	16.911	14,9
Carretera	178.506	177.886	0,3
Ferrocarril	19.245	18.833	2,2
Puertos marítimos	1.750	1.861	- 6,0
Total	218.926	215.491	1,6
Autorizados 24 horas	7.205	8.111	-11,2
Total salidos	226.131	223.602	1,1

	Enero-febrero 1972	Enero-febrero 1971	Variación 1972/71%
Aeropuertos	48.190	40.068	20,3
Carretera	408.074	384.829	6,0
Ferrocarril	37.317	35.088	6,4
Puertos marítimos	3.875	4.019	- 3,6
Total	497.456	464.004	7,2
Autorizados 24 horas	15.588	16.224	- 3,9
Total salidos	513.044	480.228	6,8

PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES POR NACIONALIDADES EN EL MES DE ENERO DE 1972

Entrados	Enero 1972	Enero 1971	Variación 1972/71 %
Total Europa	863.454	721.357	19,7
Alemania R.F.	76.407	70.562	8,3
Austria	3.168	3.615	-12,4
Bélgica	14.060	9.712	44,8
Dinamarca	22.762	22.105	3,0
Finlandia	8.213	6.480	26,7
Francia	280.343	257.235	8,9
Holanda	21.550	21.942	- 1,8
Inglaterra	137.253	82.866	65,6
Italia	18.686	15.389	21,4
Noruega	8.943	6.921	29,2
Países del Este	2.962	1.765	67,8
Portugal	212.510	172.492	23,2
Suecia	35.371	30.953	14,3
Suiza	9.507	9.600	- 1,0
Otras	11.719	9.720	20,6
Total América	68.618	86.404	-20,6
Argentina	4.357	6.638	-34,4
Brasil	3.705	3.914	- 5,3
Canadá	6.638	4.924	34,8
Cuba	2.145	2.415	-11,2
Chile	1.378	1.438	4,2
Estados Unidos	42.854	59.780	-28,3
Méjico	1.483	1.384	7,2
Venezuela	1.877	1.809	3,8
Otras	4.181	4.102	1,9
Total Asia	5.327	4.967	7,2
Total Africa	106.993	98.968	8,1
Total Oceanía	3.505	3.133	11,9
Apátridas	860	850	1,2
Total extranjeros	1.048.757	915.679	14,5
Españoles residentes en el extranjero	65.100	67.457	- 3,5
Total entrados	1.113.857	983.136	13,3



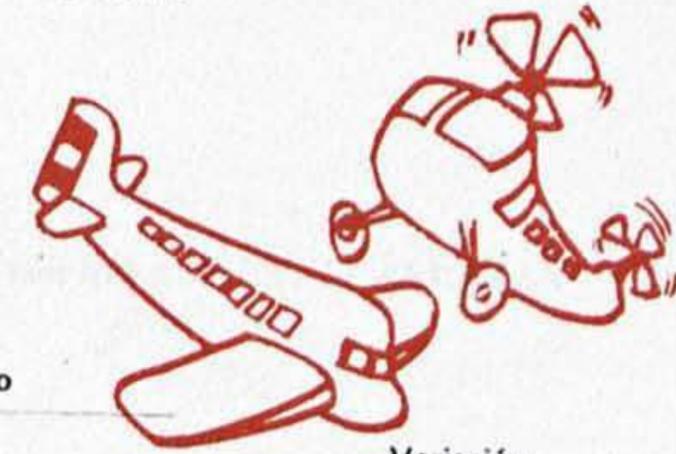
Comentario:

Según cifras definitivas en el mes de enero la participación de los cinco continentes ha experimentado las siguientes variaciones: África (8,1%), América (-34,4%), Asia (7,2%), Europa (19,7%), y Oceanía (11,9%).

Por nacionalidades las variaciones más representativas son las siguientes: Alemania (8,3%), Bélgica (44,8%), Francia (8,9%), Inglaterra (65,6%), Noruega (29,2%), Países del Este (67,8%), Portugal (23,2%), Suecia (14,3%), Canadá (34,0%), y Estados Unidos (-28,3%).

En conjunto el número de extranjeros aumentó en un 14,5 por 100, los españoles disminuyeron en un 3,5 por 100 y el total de visitantes aumentó en un 13,3 por 100.

VOLUMEN DEL TRAFICO AEREO POR LOS DIFERENTES AEROPUERTOS DURANTE EL MES DE ENERO DE 1971
POR ZONAS TURISTICAS



	Enero 1972		Total Enero		Variación 1972/71 %
	Interior	Internacional	1972	1971	
Zona I. Costa Brava y Costa Dorada	140.234	57.360	197.594	172.594	14,5
Barcelona	139.905	57.063	196.968	172.159	14,4
Gerona-Costa Brava	329	297	626	435	43,9
Zona II. Costa del Azahar y Costa Blanca	60.513	47.577	108.090	71.868	50,4
Alicante	19.946	46.980	66.926	33.876	97,6
Murcia	1.735	103	1.838	2.773	-33,7
Valencia	38.832	494	39.326	35.219	11,7
Zona III. Costa del Sol y Costa de la Luz	75.397	82.482	157.879	138.196	14,2
Almería	4.334	978	5.312	4.697	13,1
Málaga	31.774	77.179	108.953	102.114	6,7
Melilla	1.906	-	1.906	2.153	-11,5
Sevilla	37.383	4.325	41.708	29.232	42,7
Zona IV. Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas	43.142	6.823	49.965	36.510	36,9
Asturias	9.280	390	9.670	8.119	19,1
Bilbao	15.554	4.121	19.675	14.236	38,2
La Coruña	3.425	637	4.062	3.648	11,3
San Sebastián	2.762	-	2.762	2.485	11,1
Santiago	11.010	1.675	12.685	6.660	90,5
Vigo	1.111	-	1.111	1.362	-18,4
Zona V. Pirenáica					
Zaragoza	4.691	1.465	6.156	5.535	11,2
Zona VI. Islas Baleares	84.947	251.147	336.094	221.088	52,0
Ibiza	15.324	7.851	23.175	19.170	20,9
Menorca	10.075	304	10.379	9.233	12,4
Palma	59.548	242.992	302.540	192.685	57,0
Zona VII. Islas Canarias	228.643	283.623	512.266	418.412	22,4
Fuerteventura	9.202	-	9.202	5.970	54,1
Lanzarote	25.861	5.983	31.844	22.860	39,3
La Palma	10.083	-	10.083	9.827	2,6
Las Palmas	106.294	173.963	280.257	221.395	26,6
Tenerife	77.203	103.677	180.880	158.360	14,2
Zona VIII. Madrid	222.888	158.751	381.639	345.571	10,4
Zona IX. Lagos de Castilla	-	-	-	-	-
Otros aeropuertos	16.363	-	16.363	14.790	10,6
Total	876.818	889.228	1.766.046	1.424.564	24,0



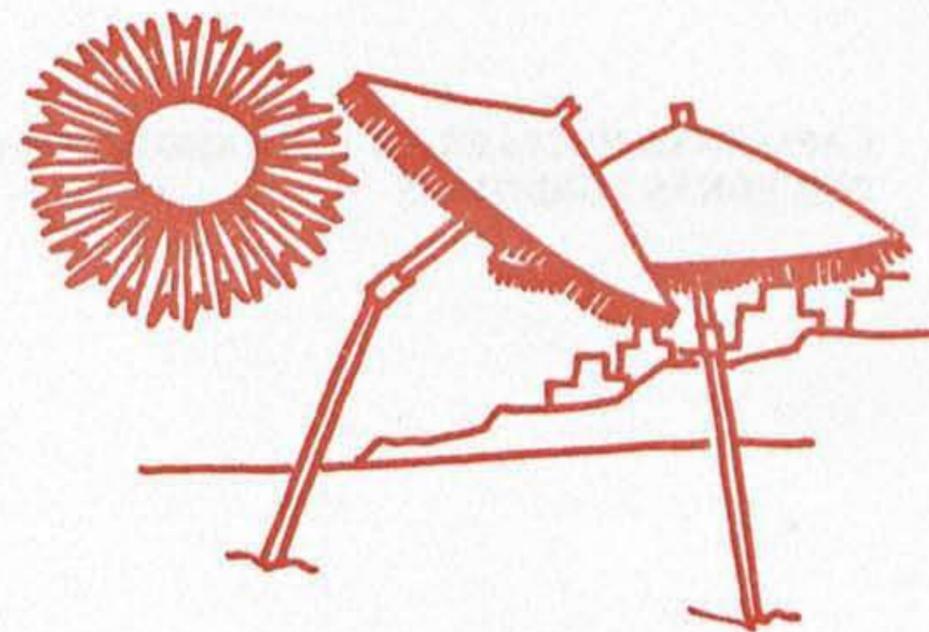
BALANZA TURISTICA (en millones de dólares) I.E.M.E.

	Ingresos			Pagos			Saldo		
	1972	1971	Variación 1972/71 %	1972	1971	Variación 1972/71 %	1972	1971	Variación 1972/71 %
Enero (1)	144,93	109,00	33,0	10,11	5,90	71,4	134,82	103,10	30,8
Febrero (2)	105,19	95,20	10,5	10,15	8,40	20,8	95,04	86,80	10,2
Total (2)	250,12	204,20	22,5	20,26	14,30	41,7	229,86	189,90	21,0
Marzo		109,90			8,10			101,80	
Abril		133,40			10,40			123,00	
Mayo		139,90			8,90			131,00	
Junio		230,86			13,34			217,52	
Julio		276,49			16,35			260,14	
Agosto		269,19			13,18			256,01	
Septiembre		240,42			14,09			226,33	
Octubre		182,71			15,51			167,20	
Noviembre		145,71			13,57			132,14	
Diciembre		121,67			8,44			113,23	
Total		2.054,45			136,18			1.918,27	

(1) Cifras reales facilitadas por el Instituto Español de Moneda Extranjera

(2) Los ingresos y pagos por turismo correspondiente al mes de febrero de 1972 han sido estimados por la Oficina Técnica de la Dirección General de Promoción del Turismo.

LA INDUSTRIA TURISTICA EN CIFRAS
Evolución de los ingresos y gastos (en millones de dólares)



SERIE RETROSPECTIVA

Año	Ingresos	Variación %	Pagos	Variación %	Saldo	Variación %
1960	296,5	-	50,0	-	246,5	-
1969	1.310,7	11,2	86,0	14,1	1.224,7	11,0
1970	1.680,8	28,2	113,1	31,5	1.567,7	28,0
1971	2.054,5	22,2	136,2	20,4	1.918,3	22,4

Indice de evolución de los ingresos por turismo
Año 1960= 100

Año	Indice	Año	Indice
1960	100	1966	384
1961	130	1967	380
1962	173	1968	398
1963	229	1969	442
1964	310	1970	567
1965	390	1971	693

**CAPACIDAD HOTELERA Y EXTRAHOTELERA AL FINALIZAR EL MES DE FEBRERO DE 1972
POR ZONAS TURISTICAS**



Zonas turísticas		Hoteles, hostales y pensiones	Fondas y casas de huéspedes	Capacidad hotelera	Apartamentos turísticos	Campings	Capacidad extrahotelera	Total plazas
<i>Zona I</i>	Costa Brava y Costa Dorada	134.186	23.751	157.937	151.453	113.364	264.817	422.754
<i>Zona II</i>	Costa del Azahar y Costa Blanca	57.104	12.225	69.329	69.429	37.718	107.147	176.476
<i>Zona III</i>	Costa del Sol y Costa de la Luz	63.875	20.727	84.602	96.476	17.903	114.379	198.981
<i>Zona IV</i>	Cornisa Cantábrica y Rías Gallegas	52.151	32.048	84.199	10.249	17.663	27.912	112.111
<i>Zona V</i>	Pirenáica	24.039	8.090	32.129	2.714	7.513	10.227	42.356
<i>Zona VI</i>	Islas Baleares	185.383	4.205	189.588	45.962	674	46.636	236.224
<i>Zona VII</i>	Islas Canarias	41.329	2.615	43.944	48.423	200	48.623	92.567
<i>Zona VIII</i>	Madrid y su contorno monumental y artístico	50.342	24.886	75.228	7.585	7.245	14.830	90.058
<i>Zona IX</i>	Lagos de Castilla	9.908	7.400	17.308	1.509	1.860	3.369	20.677
Total		618.317	135.947	754.264	433.800	204.140	637.940	1.392.204

