

## PREFERENCIAS DEL TURISTA JAPONÉS EN ESPAÑA: 1983-2012

Nuria de Querol Aragón \*

**Resumen:** El presente artículo ofrece un resumen sobre la evolución del comportamiento del turista japonés en España respecto de tres variables objeto de estudio, esto es, la categoría del establecimiento hotelero elegido al venir a nuestro país, el mes elegido para hacerlo, así como la provincia y Comunidad Autónoma elegida como destino. Todos los datos proceden del Instituto Nacional de Estadística y hacen referencia al número de pernотaciones habidas en los establecimientos hoteleros entre 1983 y 2012, siendo la técnica estadística utilizada el análisis de correspondencias. Se trata de obtener conclusiones en base a los datos históricos sobre sus elecciones, observando las similitudes y diferencias existentes.

**Palabras clave:** Pernотación, viajero, turista, excursionista, estancia media, estacionalidad.

**Abstract:** This paper analyzes the behavior of the Japanese tourist in Spain regarding three variables: the month chosen to come to this country, the category of the hotel establishment and the province and region of destination. All data source from the Spanish Institute of Statistics, while most of them are historical data and refer to the existing number of overnight stays at these hotel establishments between 1983 and 2012, being the statistical used technology the analysis of correspondences. The purpose consists in obtaining conclusions on the basis of the historical information on his choices observing the similarities and existing differences.

**Key words:** Overnight stay tourist, traveller, same-day visitor, mean staying, seasonality.

### I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se estudia el comportamiento del turista japonés en España respecto de tres variables analizadas: el mes elegido para venir a este país, la categoría del establecimiento hotelero y la provincia y, por extensión, la Comunidad Autónoma de destino, utilizándose para ello los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre el número de pernотaciones existentes en los establecimientos hoteleros, por lo que se incluye, junto a los hoteles, a los hostales y pensiones al ser el establecimiento hotelero el hospedaje elegido por 37,5 millones de turistas que visitan nuestro país lo cual representa a la mayoría, al ascender al

65% (IET/Frontur 2012). El estudio está basado en la Tesis Doctoral del autor (UNED 2005) si bien se han actualizado todos los datos al 2012.

Si bien el turista japonés sólo representa en la actualidad, con su millón de pernотaciones anuales el 0,4% de las existentes en nuestro país, sus características peculiares como turista de larga distancia así como el crecimiento del número de turistas superior al 4% anual, justifican sobradamente su estudio. Otro hecho que justifica el presente trabajo es el ser el turista japonés el de mayor gasto diario de entre todos los turistas internacionales que vienen a nuestro país, cantidad que asciende en el 2012 a 317€

\* Profesora del Departamento de Economía. Universidad Carlos III de Madrid. [nde@eco.uc3m.es](mailto:nde@eco.uc3m.es)

(IET/Egatur 2012) y que duplica al gasto medio diario de, por ejemplo, el turista ruso y el estadounidenses.

Por motivos de espacio, y con objeto de poder abarcar las tres variables mencionadas anteriormente se simplifican las herramientas utilizadas y se concreta el análisis al año de inicio (1983) y final (2012) del mismo complementando con los años intermedios: 1993 y 2002 en el caso, tanto de la categoría de establecimiento elegido como en el del análisis de la Comunidad Autónoma y 1997 en el análisis provincial, no siendo más exhaustivos debido al comportamiento homogéneo del turista objeto de estudio, que es una de sus principales características como se verá más adelante.

Es de destacar el carácter empírico del estudio que aquí se presenta, el cual tiene el destacable valor de basarse en datos históricos reales de España con objeto de ampliar el conocimiento respecto del comportamiento del turista japonés en este país, obteniendo de este modo conclusiones válidas para los especialistas del sector y así poder decidir sobre futuras actuaciones en el mismo

## II. METODOLOGÍA

La técnica estadística utilizada es el análisis de correspondencias, técnica descriptiva consistente en el análisis, desde un punto de vista gráfico, de las relaciones de dependencia e independencia existente entre un conjunto de variables categóricas a partir de una tabla de contingencia de forma que se examina las relaciones existentes entre

las categorías de datos nominales mediante asociaciones de la chi-cuadrado. El análisis de correspondencias es, por tanto, una técnica de reducción de dimensiones para representar filas y columnas en un mismo espacio de forma que se resume una gran cantidad de datos en un número reducido de dimensiones con la menor pérdida de información posible.

El análisis de correspondencias, por consiguiente, clasifica las variables observadas, de derecha a izquierda y/o de arriba abajo, según su importancia de manera que un mayor número de pernoctaciones, por ejemplo, en una provincia concreta en un año determinado se manifiesta por la mayor proximidad de ambos datos en el gráfico y viceversa, debiéndose interpretar cada eje por separado, utilizando las posiciones relativas del conjunto de puntos con el fin de caracterizar ese eje. El desarrollo exhaustivo de esta técnica puede encontrarse en cualquier texto de análisis multivariante: Benzécri (1982), Greenacre (1993), Lebart, Morineau y Piron (1995), Peña (2002), Hoffman & Franke etc.

En el caso que nos ocupa, respecto del análisis de correspondencias, en el caso del análisis de la categoría de establecimiento hotelero elegido (Gráfico N°1) las dos primeras dimensiones presentan una inercia acumulada del 95,6% 90,70% 95,10% 90,50% referidos a 1983, 1993, 2002 y 2012 respectivamente, mientras que en el caso del análisis provincial (Gráfico N° 3) la primera dimensión presenta una inercia acumulada del 77,80%, que sumado al 22,20% de la segunda nos proporciona una inercia acumu-

lada de las dos primeras dimensiones de un 100%, por lo que la aplicación de este método al presente caso no puede ser superado por ningún otro.

### **III. LAS ELECCIONES DEL TURISTA JAPONÉS EN ESPAÑA RESPECTO DE:**

#### **III.1. La categoría del establecimiento hotelero**

El turista japonés ha triplicado el número de sus pernoctaciones pasadas en España durante el período de estudio analizado caracterizándose por ser la nacionalidad que tradicionalmente más uso ha hecho del hotel de la máxima categoría (5\*) junto con el turista estadounidense en todo el período objeto de estudio. Si bien éste último mantiene el 18% de sus pernoctaciones durante todo el período en esta categoría, el turista japonés desciende desde esa misma cifra al 9,4% frente al 5% de media del resto de nacionalidades. Este descenso se justifica en el gran incremento del 5% sufrido en cada una de las dos categorías siguientes (4\* y 3\*) siendo el turista japonés el líder actual en el uso del hotel de 4\* en términos relativos, al ser el único que supera en la misma el 56% de sus pernoctaciones, frente al 44% de media del resto de nacionalidades, lo que le confiere el título del turista más elitista junto con el estadounidense y el luxemburgués, si bien este último solo al final del período.

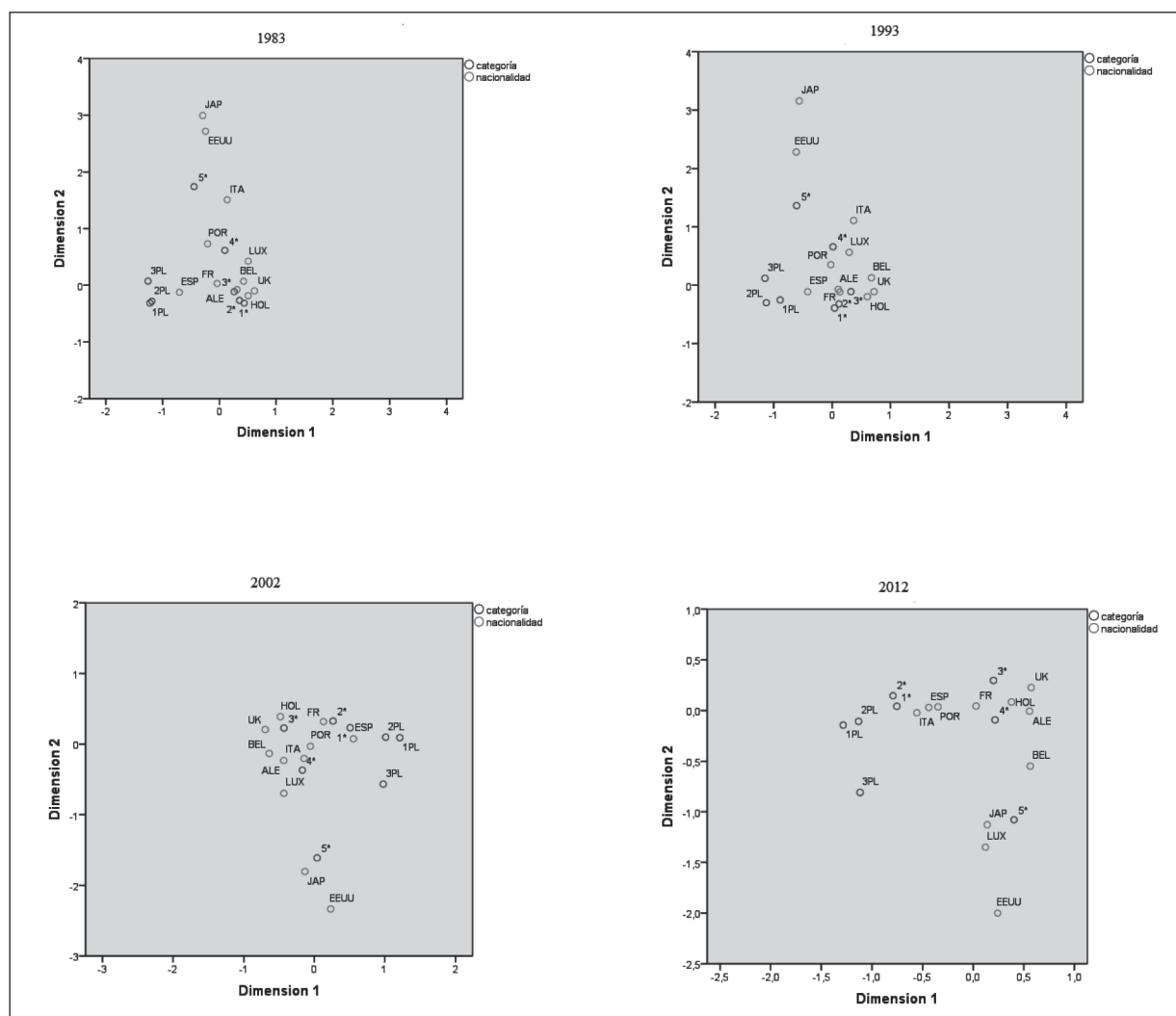
El turista japonés mantiene la importancia concedida a todas las categorías de “hotel” con el 90% de sus pernoctaciones

a pesar del descenso ya mencionado en la de 5\* aumentando en un 0,7% la importancia concedida a la categoría de “hostales y pensiones” donde no supera el 10% restante a pesar del ligero incremento sufrido en el nivel intermedio (2PL) de la misma, donde alcanza el 6%.

La figura 1 refleja a simple vista cómo los dos primeros, relativos a la primera parte del período objeto de estudio (1983 y 1993), presentan una configuración similar entre ellos pero muy diferente a los dos últimos referidos a 2002 y 2012. Vemos por tanto que los dos primeros gráficos, reflejan perfectamente, -ordenando las categorías desde la parte superior (donde sitúa la máxima categoría de 5\*) hacia la parte inferior (donde se sitúan los hostales y pensiones)- el predominio absoluto del turista japonés como líder indiscutible del hotel de 5\*, lo que se observa en la parte superior del mismo, estando incluso por encima del estadounidense y completamente alejados de los hostales y pensiones que se quedan aislados a la izquierda. Puede observarse también la cercanía del turista luxemburgués e italiano a la categoría de 4\*, así como la tradicional menor categoría elegida por el turista holandés situado en la parte inferior derecha.

Por su parte los dos últimos gráficos (2002 y 2012) ordenan la categoría del establecimiento a la inversa, es decir, desde abajo hacia arriba haciéndose visible el predominio de los turistas estadounidenses y luxemburgués por encima del japonés (cambio que se origina en el 2001) si bien de forma gradual ya que en el 2002 el japonés todavía está por encima del luxemburgués. Obsérvese que en ambos casos siguen es-

**Figura 1**  
**Análisis de correspondencias respecto de la categoría de establecimiento elegido 1983, 1993, 2002 y 2012**



tando apartados a un lado, (a la izquierda en el 2012 y a la derecha en el 2002) los hoteles y pensiones demostrando el desapego del turista japonés por estas tres categorías (3PL, 2PL y 1PL) como ya se mencionó anteriormente, estando en todos los casos

cercanos a ellas el turista español, lógico al corresponderse con el turismo interior más conocedor de los pequeños establecimientos y de las pequeñas poblaciones, seguido de cerca por nuestros vecinos, el turista portugués desde inicios de los años 90.

### III.2. Comunidad Autónoma de destino

El turista japonés, junto con el estadounidense, muestra un comportamiento diferente al resto de los turistas que visitan España, al preferir la península respecto del turismo insular. En ambos casos destaca, como se observa en la figura N° 2, la gran mejora sufrida en la Comunidad Autónoma Catalana desde inicios de los 90 a costa de la disminución en la Comunidad de Madrid, manteniéndose fiel a la Comunidad Autónoma Andaluza y aumentando ligeramente sus preferencias por la Comunidad Valenciana y las comunidades autónomas de Galicia y Cantabria, si bien de forma mucho más leve y sólo en este último caso desde el 2006. Es de destacar el año 2001 como aquel en el que la Comunidad Autónoma de Cataluña

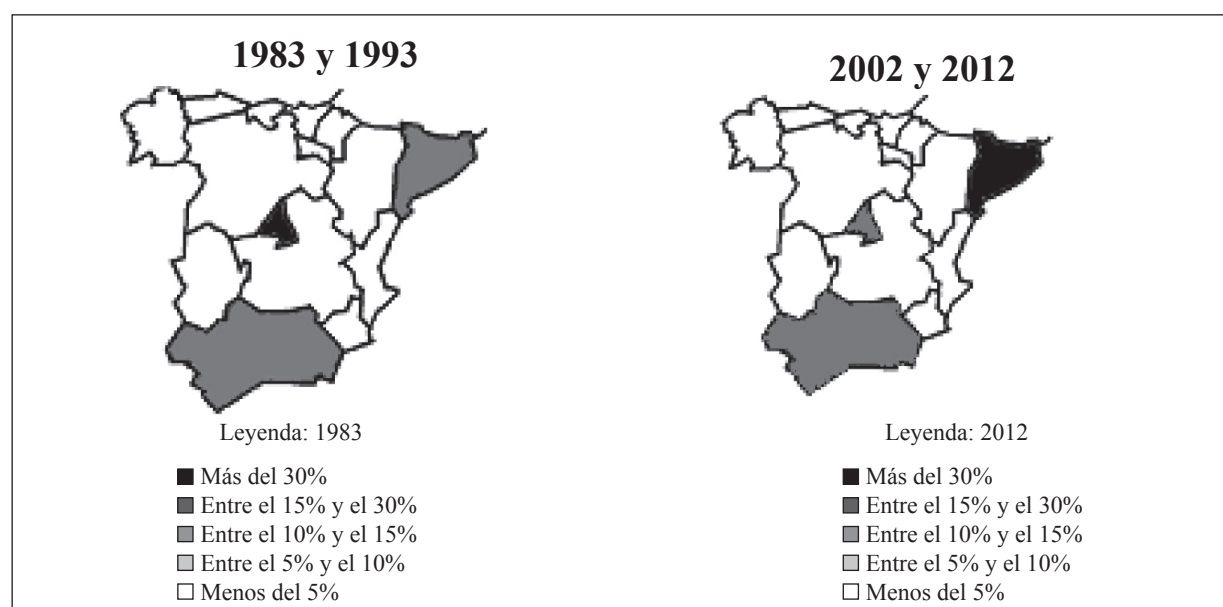
supera ya en el número de pernoctaciones a la tradicionalmente líder, la Comunidad Autónoma de Madrid, siendo este el motivo de elegir 2002 en el gráfico que se expone a continuación (figura N° 2), con objeto de poder visualizar los cambios.

Nótese que la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares absorbe ella sola más del 50% del total de los turistas recibidos (IET/ Frontur 2012), lo que resalta el comportamiento peculiar del turista japonés respecto del europeo.

### III.3. Provincia de destino

El análisis a nivel provincial revela la importancia del turismo cultural concedida

**Figura 2**  
**El turista japonés según la Comunidad Autónoma elegida**



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE.

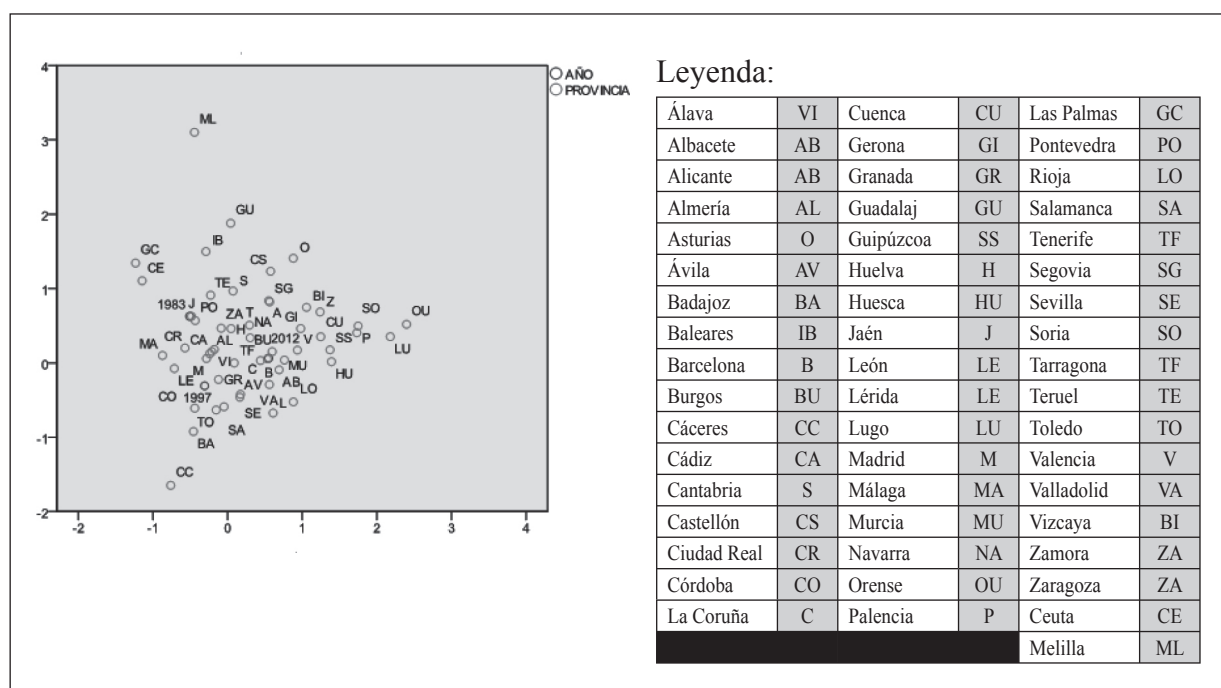
por esta nacionalidad con el 9% de las pernoctaciones habidas en Granada, así como la disminución de Baleares que no absorbe ni siquiera el 3% de las mismas a pesar de ser una comunidad autónoma uniprovincial y de ser, por el contrario, el destino líder indiscutible en la mayoría de los turistas europeos que nos visitan, principalmente, británicos y alemanes.

Esta falta de atención por los destinos de sol y playa se muestra en la figura N° 3 del análisis de correspondencias en la lejanía, en la parte superior izquierda de los destinos de Baleares (IB) y Las Palmas de Gran Ca-

naría (GC). Asimismo en el centro del gráfico se nos muestra la cercanía de Barcelona (B) y Valencia (V) al año 2012.

Por último, cabe destacar que Madrid y Málaga descienden en el ranking a favor de Barcelona y Sevilla, respectivamente, descendiendo Córdoba (-49,65%), Granada (-23%) y Toledo (-34%) debido al aumento de Barcelona, que ve aumentar sus pernoctaciones en más de un 35% en el 2012 respecto a los obtenidos en 1997 como se observa en la parte inferior izquierda del gráfico N° 3 siguiente:

**Figura 3**  
**Análisis de correspondencias: el turista japonés según la provincia elegida. 1983, 1997 y 2012**



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE.



### **III.4. El mes elegido para venir a España**

Una de las características específicas del turista japonés, de entre todos los que visitan España, es su falta de estacionalidad al moverse entre el 10% de octubre y el 6,4% de abril respecto de sus pernoctaciones, seguido de cerca del turista estadounidense, el cual absorbe, no obstante, el 22,4% entre julio y agosto, frente al 16,4% del turista japonés y el 28% de, por ejemplo, los españoles, dato que coincide con la media del resto de nacionalidades.

No obstante lo anterior, el turista japonés disminuye como media un 1,5% sus pernoctaciones en los meses de enero, marzo, julio, agosto y noviembre, aumentando en cambio las del resto y destacando las subidas, siempre leves cuando se habla de esta nacionalidad, de noviembre y febrero.

Asimismo cabe destacar la tendencia decreciente respecto de la estacionalidad del turista japonés postura contraria a la línea general que sigue incrementando sus llegadas de forma cada vez más marcada en los meses de verano (IET/Frontur, 2012).

### **IV. CONCLUSIONES:**

El comportamiento del turista japonés en España posee características propias diversas al del turista europeo, como son, el mayor uso de los hoteles de la máxima categoría (5\*), la cual se sitúa en el 9,4% en el 2012 frente al 5% de media para el resto de nacionalidades, si bien en 1983 esta cifra se situaba en el 19,9% diferenciándose del

turista estadounidense en que este último sí mantiene estas mismas cifras durante todo el período.

Asimismo destaca su falta de estacionalidad, siendo el japonés el turista que visita nuestro país de forma más escalonada a lo largo de todo el año, de entre todos los 57,7 millones de turistas extranjeros recibidos (IET/Frontur, 2012) y es más, esta falta de estacionalidad todavía se acentúa más en el tiempo por su carácter decreciente a lo largo del período objeto de estudio, absorbiendo conjuntamente el 16,4% de sus pernoctaciones en los meses de Julio y Agosto cuando esta cifra se situaba en el pasado en el 20,9% mientras que en la actualidad los españoles sitúan dicha cifra en el 28,2% y, por ejemplo, los franceses en el 31,4%.

La peculiaridad del turista japonés también se refleja en las comunidades autónomas y provincias elegidas ya que, junto con los turistas estadounidenses, concentra sus visitas en Madrid y Barcelona aumentando en ambos casos esta última (+12,14%) en detrimento de la primera (-10,7%), confirmando el carácter cultural de su turismo por su destino preferente en las grandes ciudades junto a destinos claramente culturales como son Granada, Toledo y Córdoba frente al turismo de sol y playa preferido por el turista europeo, siendo muy relevante el aumento de sus preferencias por Barcelona que lo consolidan como destino líder para esta nacionalidad en detrimento del tradicional destino principal de Madrid y de las ciudades culturales mencionadas anteriormente.

## BIBLIOGRAFÍA

- BENZÉCRI, J.P. (1982): “L’analyse des donnés”, Tome 2: L’analyse des correspondences, Paris: Ed. Dunod.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES (1) (2000): *El sector hotelero en España*. Madrid.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES (2002): *El sector hotelero en España* Madrid.
- GREENACRE, M. J. (1993): *Correspondence Analysis in Practic*, Academic Press.
- GREENACRE, M. J. & BLASIUS, J. (1994) *Correspondence Analysis in the Social Sciences*, Academic Press.
- HOFFMAN, D. & FRANKE G. (1986): “Correspondence analysis: Graphical representation of categorical data in marketing research”, *Journal of Marketing Research*, 23, 213-227.
- INE, *Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros* (MVEH) (1983 y 1993).
- INE, *Encuesta de ocupación hotelera* (2) (2002 y 2012).
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2013): *Movimientos turísticos en fronteras (Frontur) y Encuesta del gasto turístico (Egatur) Informe anual 2012*. [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2002): *Informe de Coyuntura* Ministerio de Economía, Secretaría de Estado de Comercio y Turismo.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2003) *El turismo en España durante 2002, Avance de resultados*. Ministerio de Economía, Secretaría de Estado de Comercio y Turismo.
- LEBART, L., MORINEAU, A., PIRON, M. (1995): *Statistique exploratoire multidimensionnelle*, Paris: Ed. Dunod.
- PEÑA, D. (2002): *Análisis de datos multivariantes*, McGraw Hill.
- THIESSEN, ROHLINGER & BLASIUS (1994): “The ‘Significance’ of minor changes in panel data: a correspondence analysis of the division of household tasks”, en Greenacre, M. J. y Blasius, J. *CORRESPONDENCE ANALYSIS IN THE SOCIAL SCIENCES*, Academic Press, pp: 252-266.

## NOTAS

(1) Organismo ya inexistente desde su fusión, en el año 2004 con la Agrupación Hotelera de las Zonas Turísticas de España (ZONTUR) formando la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que carece de dihcas publicaciones.

(2) La Encuesta de ocupación hotelera sustituyó a la encuesta de movimientos de viajeros en establecimientos hoteleros en 1999.