

ESTUDIO DEL SECTOR TERMAL EN CANTABRIA

2º Informe – 18 de diciembre de 2017

Universidad de Cantabria
Grupo de I+D+i de Inteligencia de Marketing



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. OBJETIVOS

2. METODOLOGÍA

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

- 3.1. Macromagnitudes de las empresas de balnearios
- 3.2. Evolución de los resultados turísticos (pernoctaciones, grado de ocupación y estancia media)
- 3.3. Evolución comparativa de los resultados turísticos con la categoría hoteles

4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

- 4.1. Perfil demográfico del turista termal
- 4.2. Comportamiento durante la estancia
- 4.3. Gasto durante la estancia
- 4.4. Motivo y tipo de visita
- 4.5. Valoración del destino y la estancia

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

- 5.1. Estimación del impacto económico del turismo termal en Cantabria
- 5.2. Principales resultados en términos de impacto
- 5.3. Distribución sectorial del impacto de la actividad productiva del sector termal en Cantabria
- 5.4. Efectos de demanda

6. CONCLUSIONES

- 5.1. Conclusiones del estudio de la oferta
- 5.2. Conclusiones del estudio de la demanda
- 5.3. Conclusiones del estudio del impacto económico
- 5.4. Recomendaciones estratégicas para el sector termal en Cantabria

7. EQUIPO INVESTIGADOR

1. OBJETIVOS

- Identificar la estructura de la oferta de balnearios en Cantabria
- Conocer los comportamientos, preferencias y actitudes del turista termal en Cantabria
- Evaluar la contribución del sector de balnearios en Cantabria al conjunto de la economía de la región
- Proponer acciones de mejora en la estrategia conjunta del sector de balnearios en Cantabria

2. METODOLOGÍA

FASE	METODOLOGIA
Estudio de la Oferta	<ul style="list-style-type: none">• Información secundaria (INE, ICANE)• Información primaria (cuestionario de la oferta)
Estudio de la Demanda	<ul style="list-style-type: none">• Información primaria (cuestionario a turistas de balnearios)
Estudio del Impacto Económico	<ul style="list-style-type: none">• Información secundaria (cuentas anuales de los balnearios)• Información secundaria (tablas Input-Output)• Información primaria (cuestionario a turistas de balnearios)

2. METODOLOGÍA: ESTUDIO DE LA OFERTA

1. **Información secundaria:** Datos extraídos de fuentes de información oficiales (INE e ICANE)
2. **Información primaria:** Información extraída a partir de cuestionario semi-estructurado cumplimentado por los balnearios:
 - Procedimiento de muestreo: al conjunto de la oferta
 - Tamaño de la muestra: 7 establecimientos (5 cumplimentados)
 - Trabajo de campo: mayo-junio 2017
 - Variables incluidas:
 - ✓ Datos de clasificación del Balneario
 - ✓ Datos económicos y comerciales
 - ✓ Valoración de la situación del sector y perspectivas

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

La **asociación empresarial balnearios de Cantabria** agrupa los siguientes balnearios, que serán objeto de análisis en el presente informe:

- ✓ Balneario de Alceda (incluye Balneario y Hotel)
- ✓ Balneario de las Caldas del Besaya
- ✓ Balneario de la Hermida
- ✓ Balneario de Liérganes
- ✓ Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo
- ✓ Castilla Termal Balneario de Solares
- ✓ Balneario de Corconte*

* El Balneario de Corconte se encuentra ubicado de la CCAA de Castilla y León, de manera que el análisis de la oferta no incluye datos de este Balneario.

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.1. Macromagnitudes de las empresas de Balnearios de Cantabria

Principales macromagnitudes de las empresas de Balnearios 2016 (En Euros)

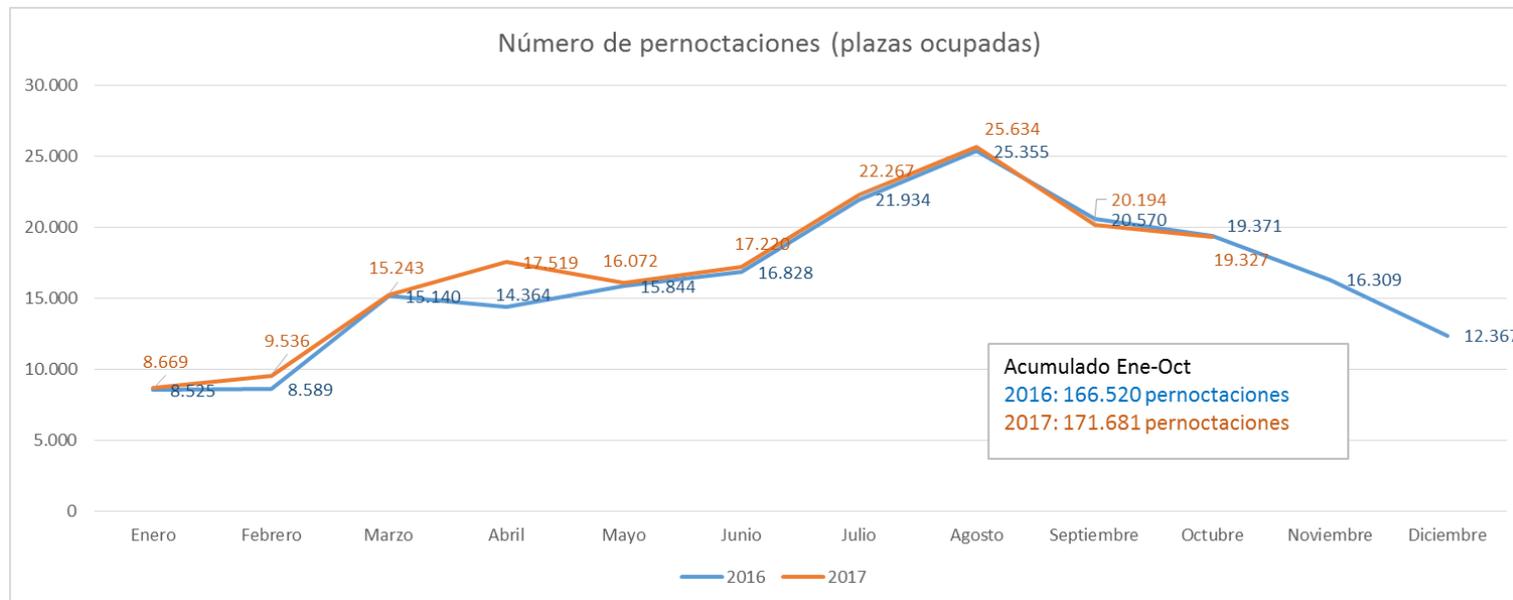
DESCRIPCIÓN	2016
Producción Bruta a precios de adquisición	27.196.557
Consumos Intermedios a precios de adquisición	11.266.411
Valor añadido bruto a precios de mercado	16.019.848
Valor añadido bruto a coste de factores	15.952.801
Remuneración de Asalariados	11.639.563
Excedente Bruto de Explotación	4.262.936
Número de trabajadores	488

Fuente: Elaboración propia a partir de datos societarios de las empresas.

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.2. Evolución de los resultados turísticos (pernoctaciones, grado de ocupación y estancia media)

Incremento en el número de pernoctaciones durante 2017 en comparación con el 2016

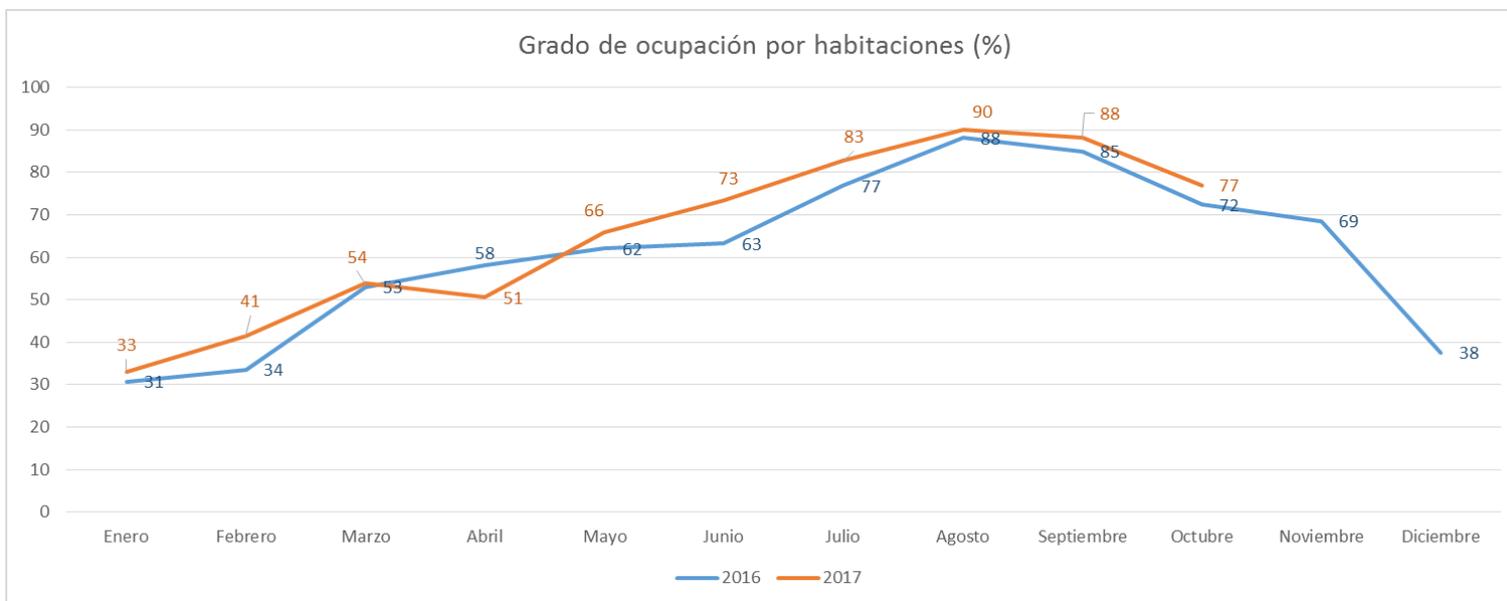


Fuente: Instituto Cántabro de Estadística a partir de explotación de la encuesta de ocupación hotelera, INE

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.2. Evolución de los resultados turísticos (pernoctaciones, grado de ocupación y estancia media)

Tendencia a un mayor grado de ocupación de los Balnearios en 2017

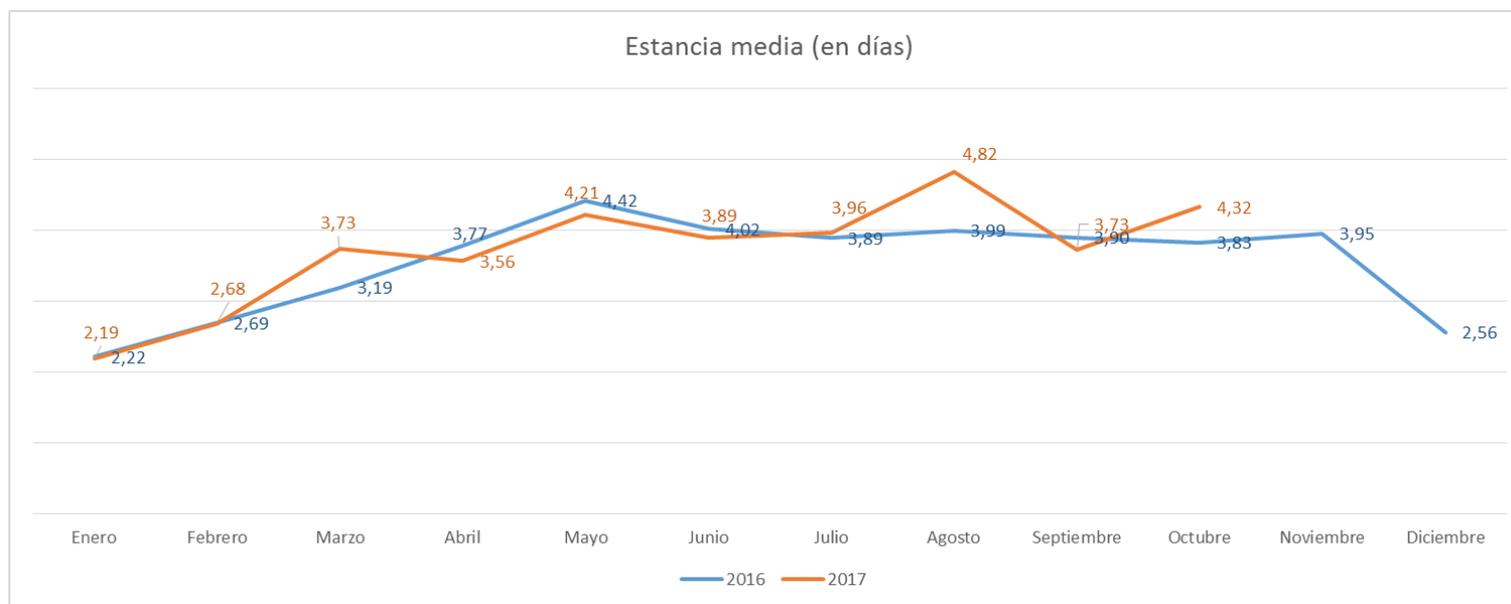


Fuente: Instituto Cántabro de Estadística a partir de explotación de la encuesta de ocupación hotelera, INE

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.2. Evolución de los resultados turísticos (pernoctaciones, grado de ocupación y estancia media)

Oscilaciones en la evolución mensual de la estancia media, con tendencia alcista en 2017

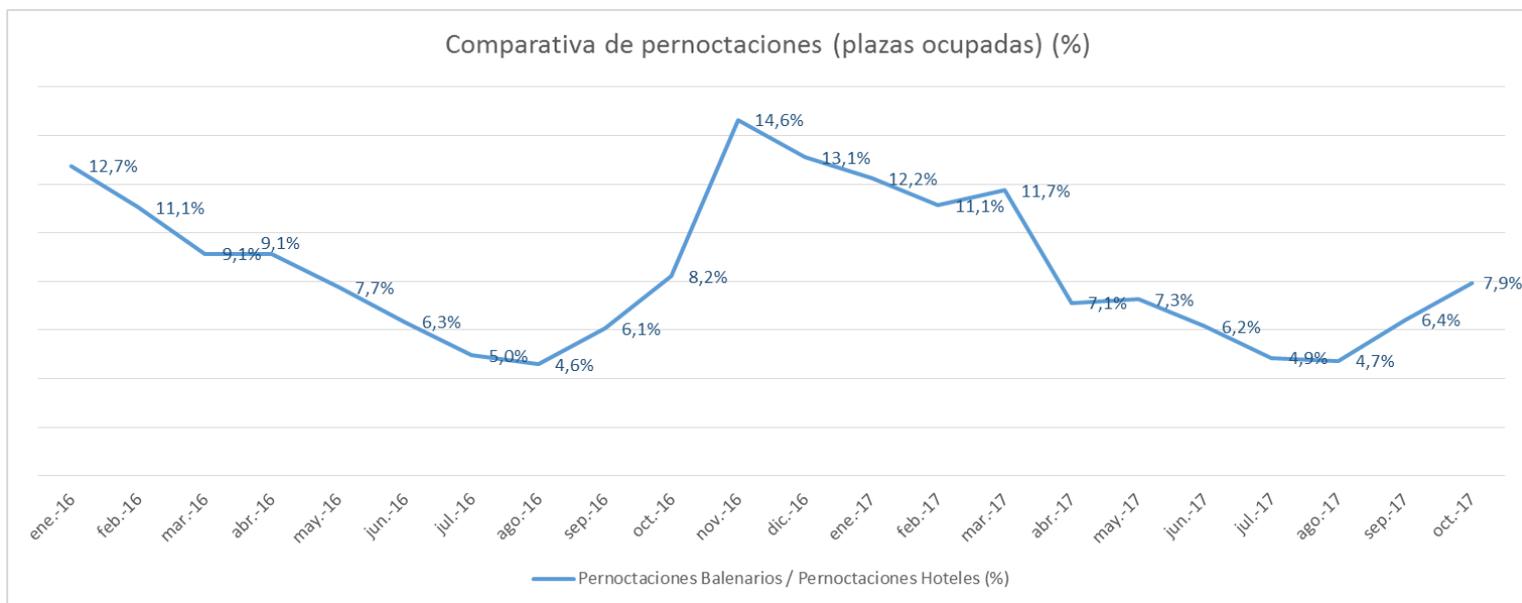


Fuente: Instituto Cántabro de Estadística a partir de explotación de la encuesta de ocupación hotelera, INE

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.3. Evolución comparativa de los resultados turísticos con la categoría hoteles

El peso del sector balnearios en las pernoctaciones del sector hotelero regional es mayor en temporada baja

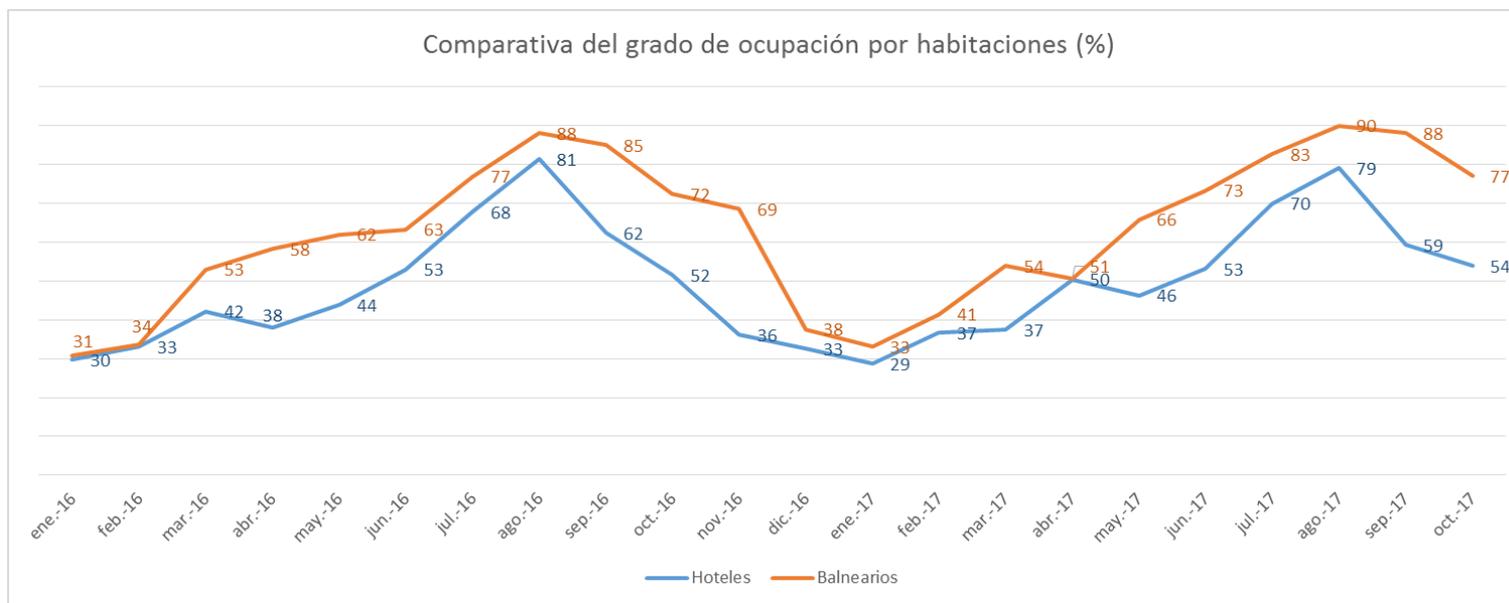


Fuente: Instituto Cántabro de Estadística a partir de explotación de la encuesta de ocupación hotelera, INE

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.3. Evolución comparativa de los resultados turísticos con la categoría hoteles

El grado de ocupación de los balnearios se mantiene por encima del nivel medio del sector hotelero, especialmente en los meses de octubre y noviembre

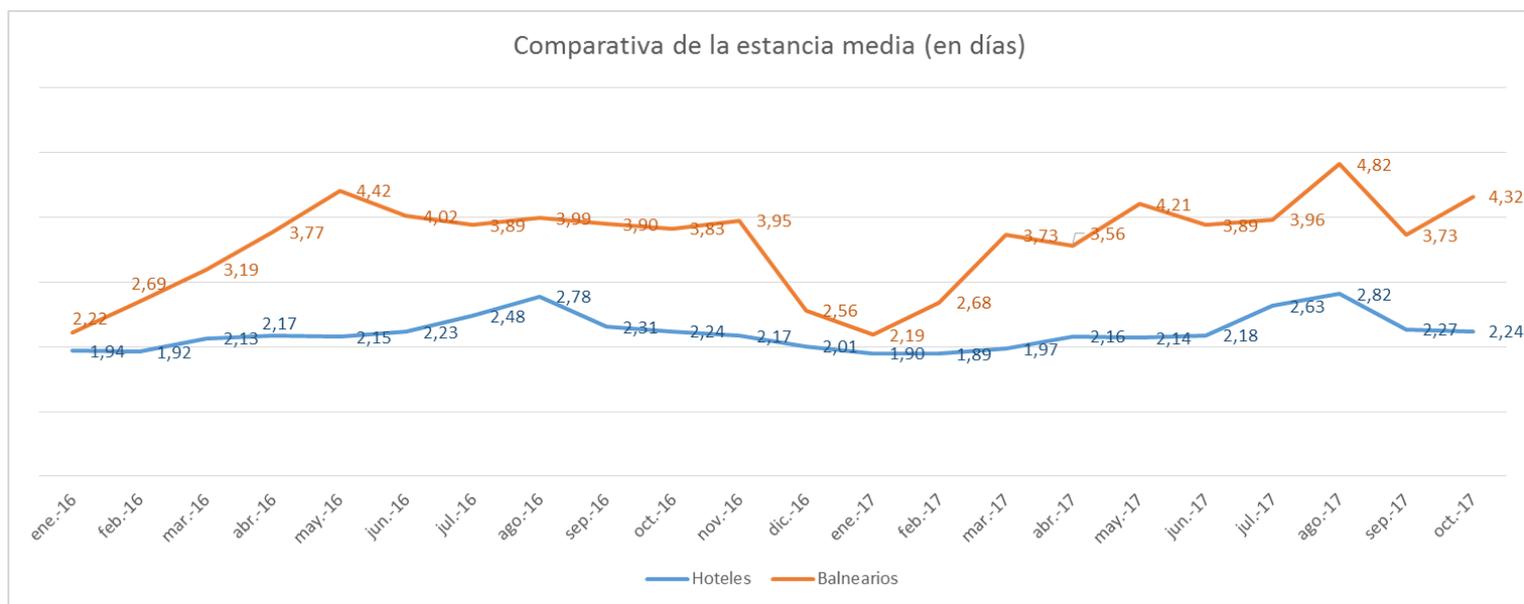


Fuente: Instituto Cántabro de Estadística a partir de explotación de la encuesta de ocupación hotelera, INE

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.3. Evolución comparativa de los resultados turísticos con la categoría hoteles

La estancia media en Balnearios se mantiene por encima de la media del sector hotelero



Fuente: Instituto Cántabro de Estadística a partir de explotación de la encuesta de ocupación hotelera, INE

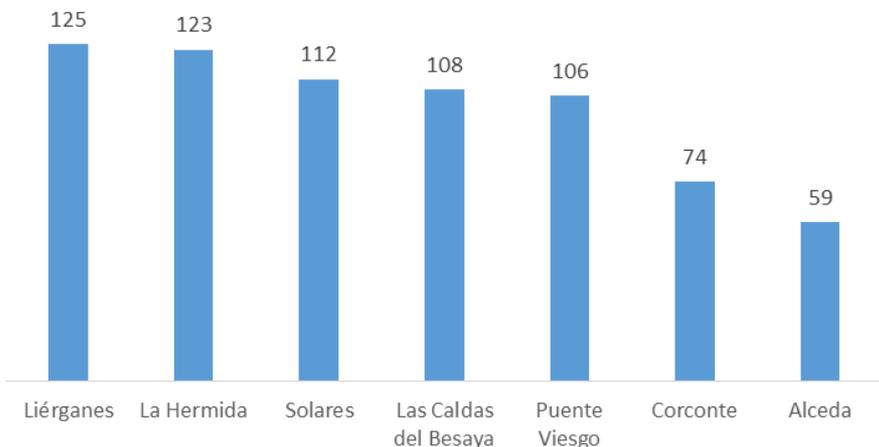
2. METODOLOGÍA: ESTUDIO DE LA DEMANDA

- **Estudio cuantitativo a clientes de balnearios en Cantabria.**
- **Método de contacto:** encuesta personal facilitada en el propio balneario (colaboración de la asociación de Balnearios de Cantabria).
- **Procedimiento de muestreo:** Por cuotas de sexo, edad y perfil del turista (IMSERO VS No IMSERO).
- **Tamaño de la muestra:** Planificación de 3 oleadas de 40 encuestas por establecimiento. Se recibieron 728 encuestas, de las cuales resultaron válidas 707 encuestas.
- **Trabajo de campo:** 1º oleada (mayo-junio), 2º oleada (julio-agosto-septiembre), 3º oleada (octubre-noviembre-diciembre).

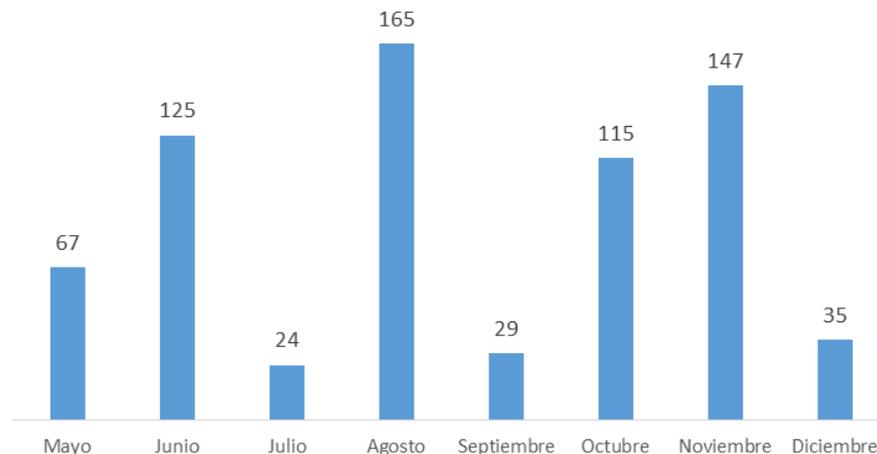
4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

La muestra válida presenta representatividad geográfica (establecimientos) y temporal (meses de realización)

Distribución de la muestra válida por establecimiento



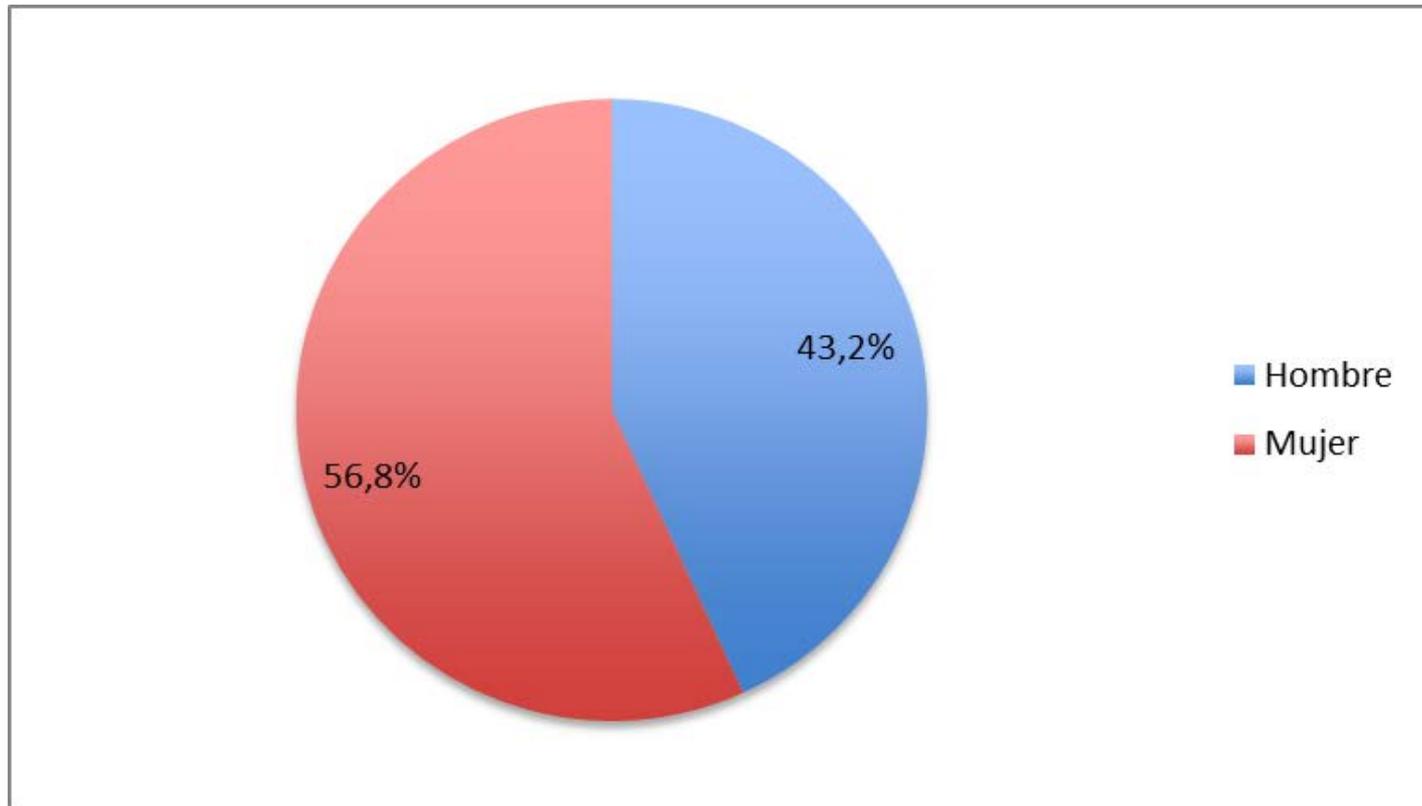
Distribución de la muestra válida por mes



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1. Perfil demográfico del turista termal

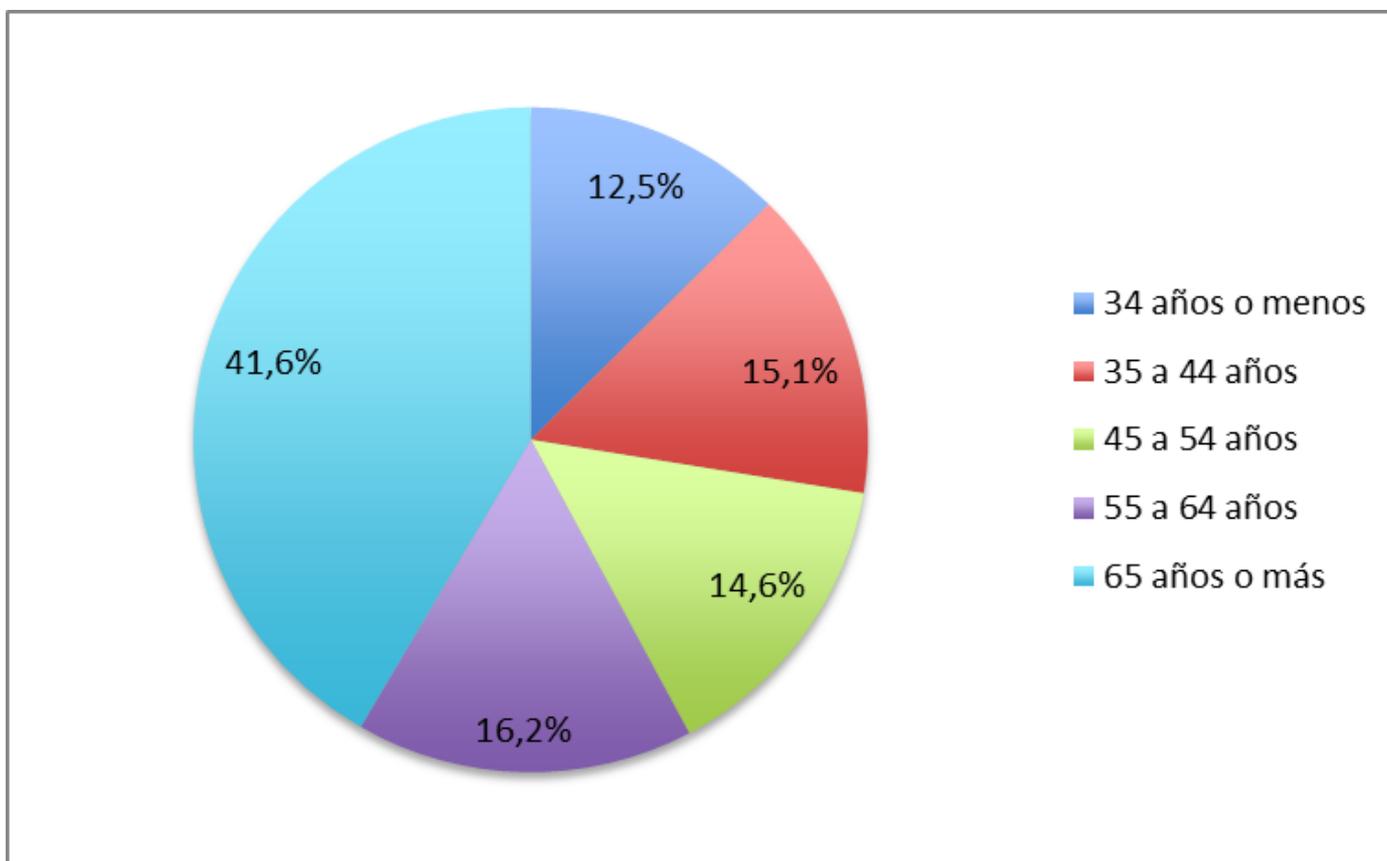
En la distribución por sexo, predominan levemente las mujeres



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1. Perfil demográfico del turista termal

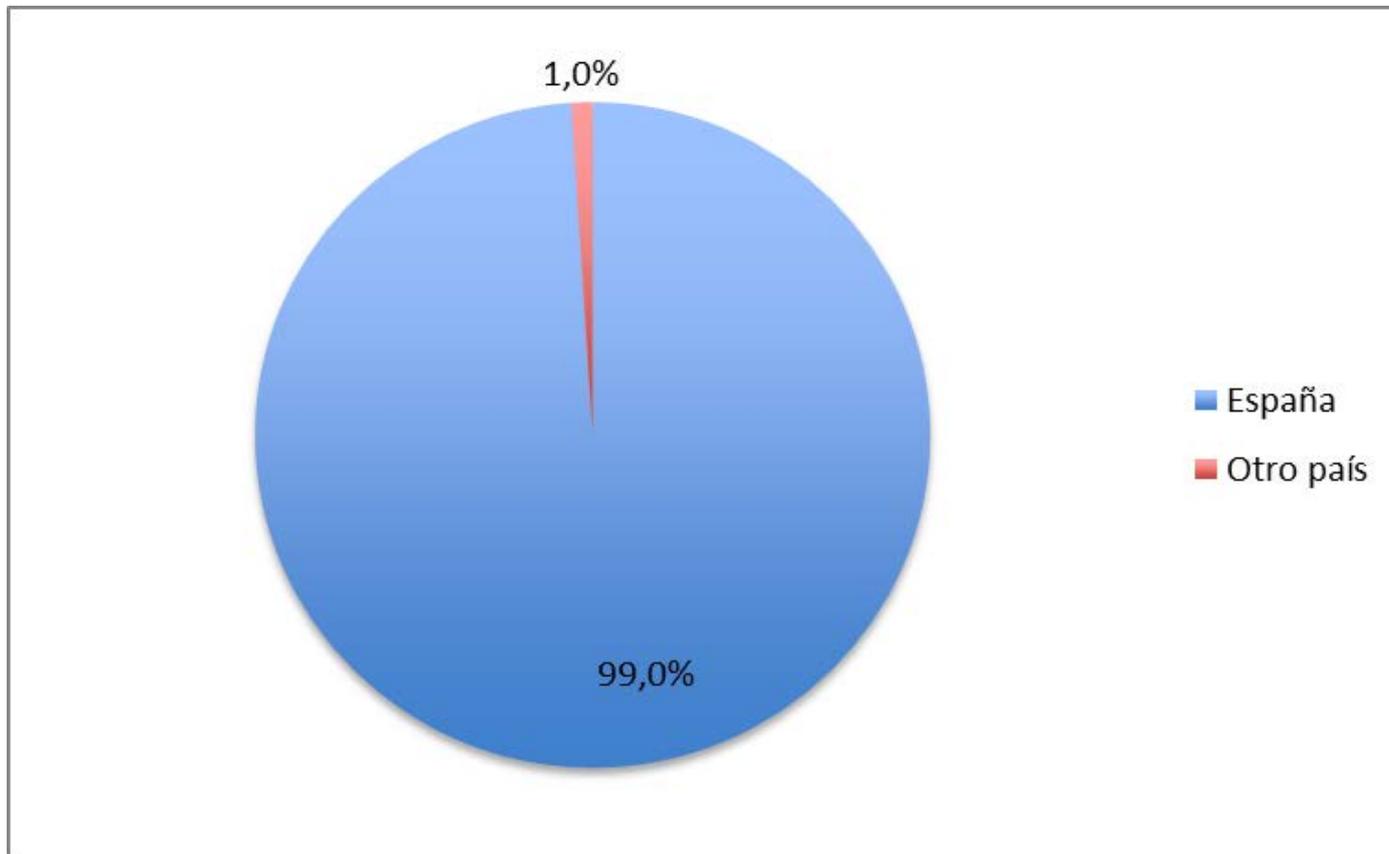
Más del 55% de los encuestados tiene 55 años o más



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1. Perfil demográfico del turista termal

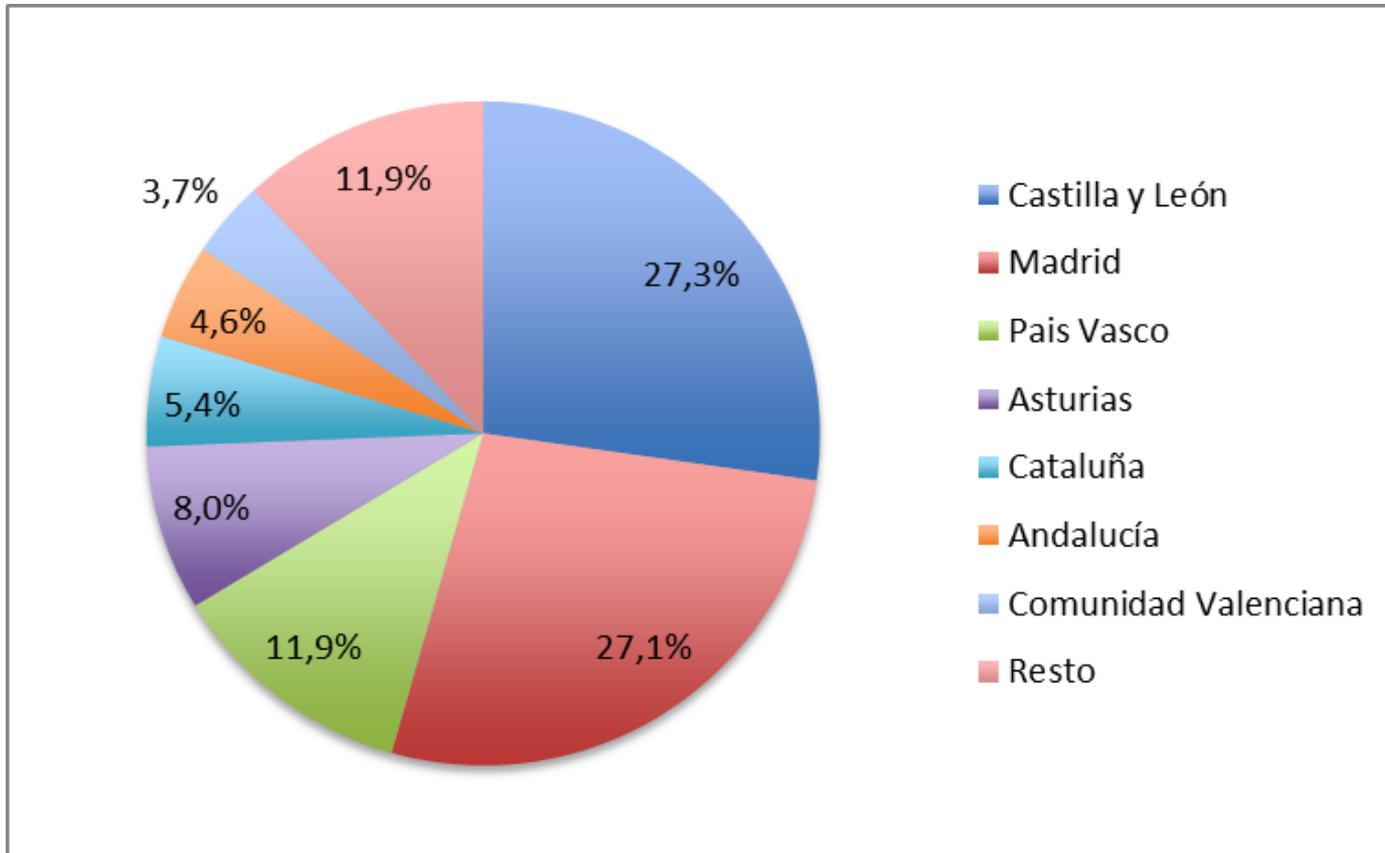
Procedencia eminentemente nacional



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1. Perfil demográfico del turista termal

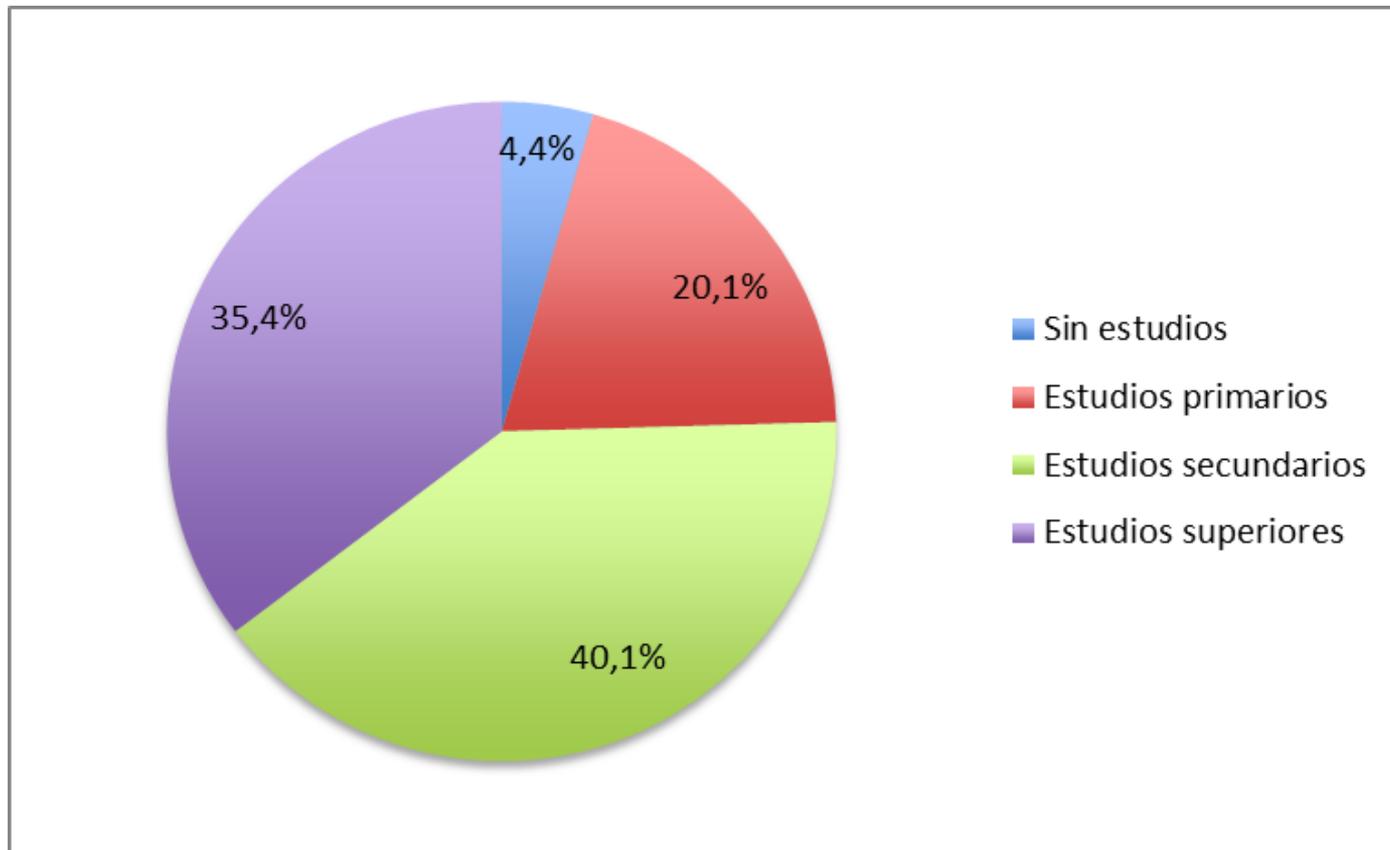
Casi el 55% proceden de Castilla y León y de Madrid



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1. Perfil demográfico del turista termal

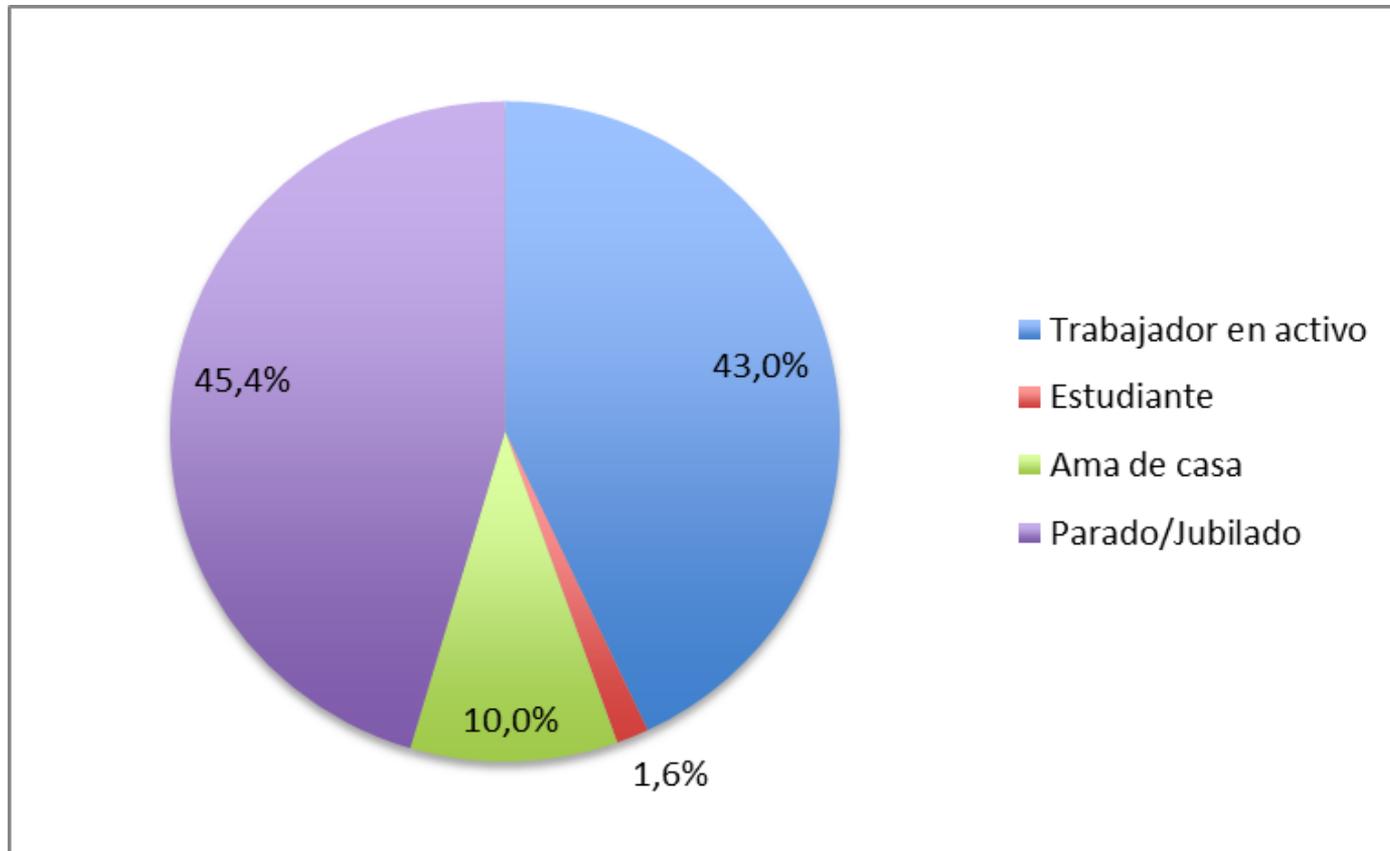
Destaca el elevado número de personas con estudios medios o superiores



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1. Perfil demográfico del turista termal

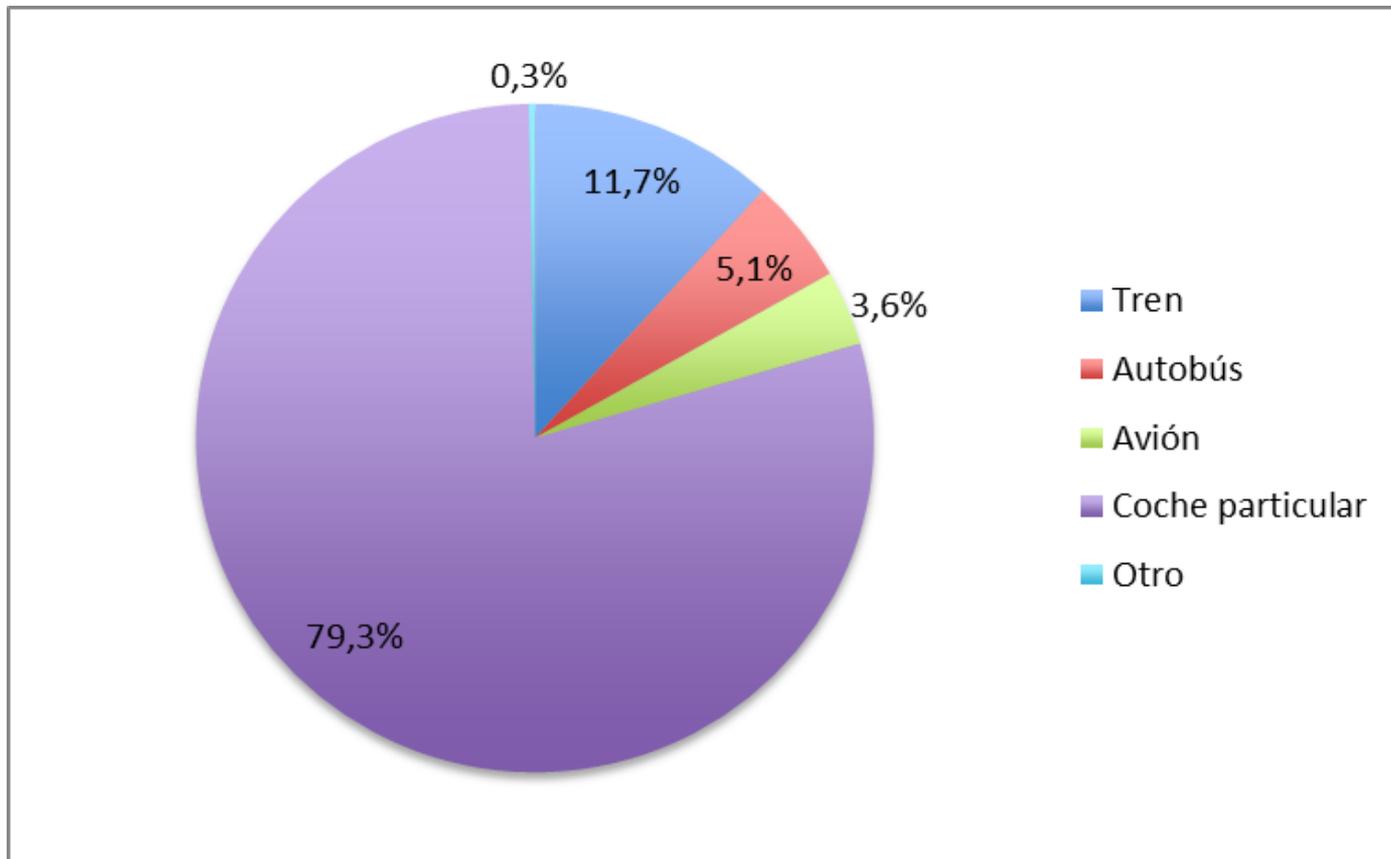
Por ocupación, trabajadores en activo y parados/jubilados



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.2. Comportamiento durante la estancia

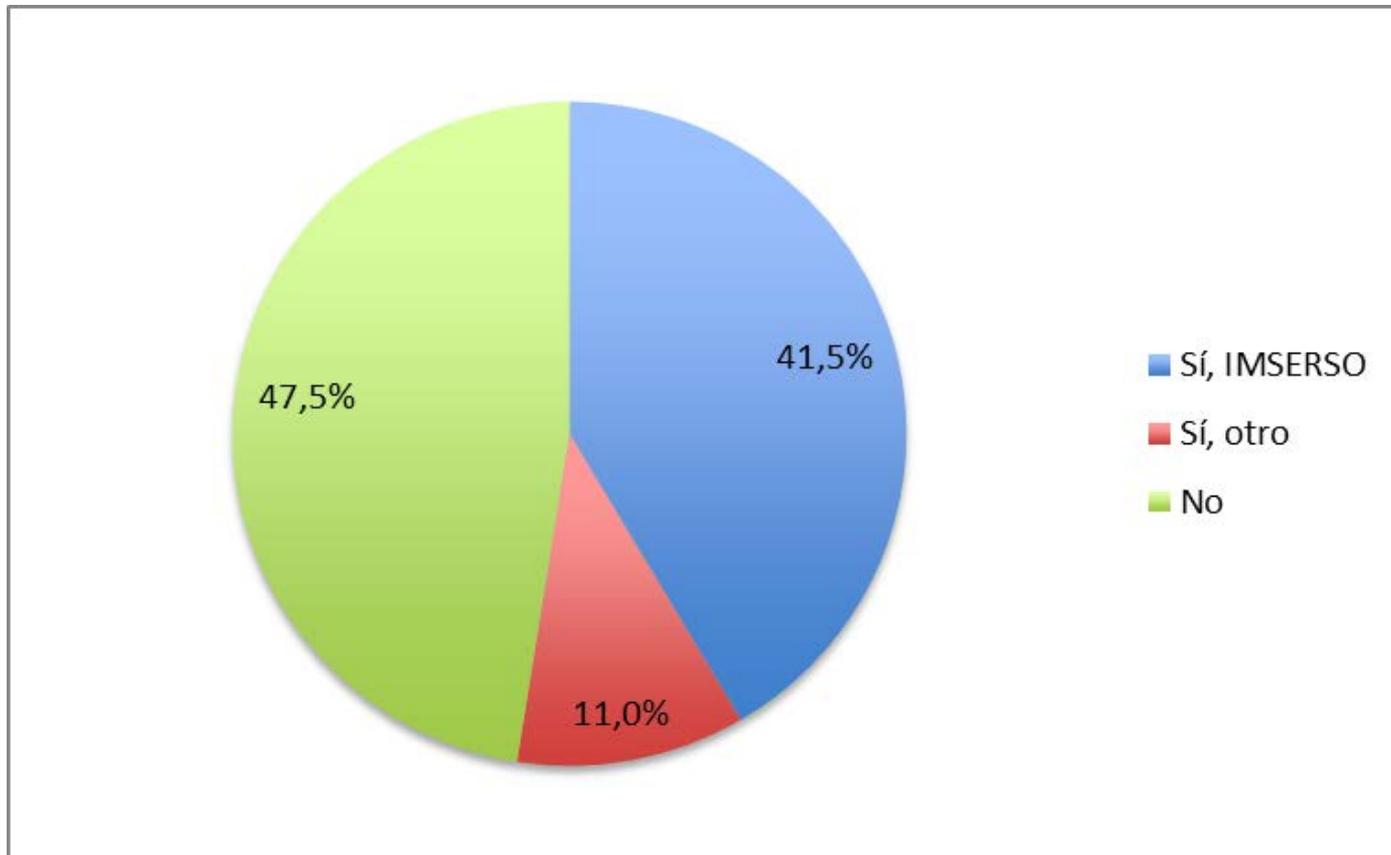
Desplazamiento mayoritariamente en coche particular



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.2. Comportamiento durante la estancia

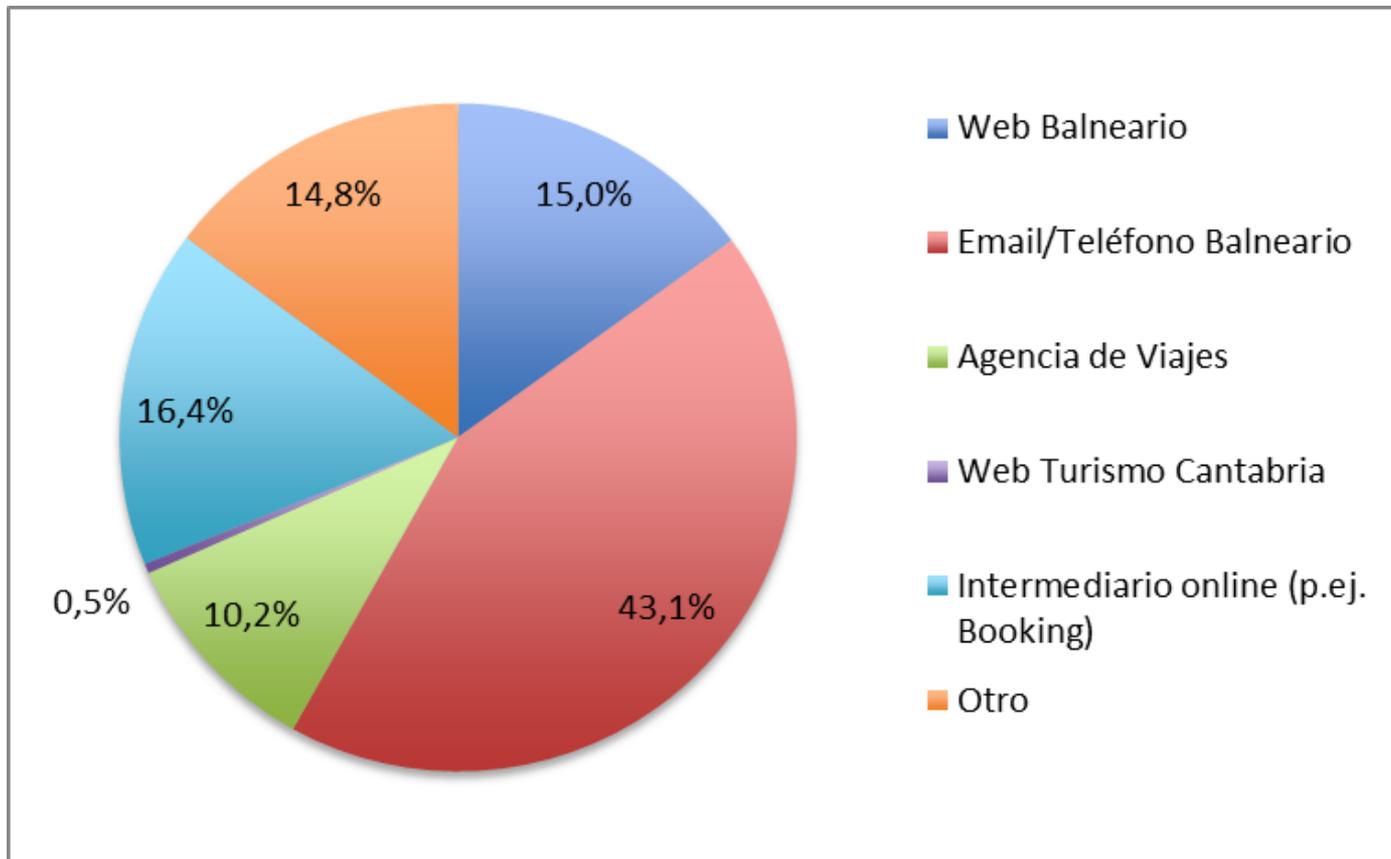
Más de la mitad con paquete turístico, principalmente de IMSERSO



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.2. Comportamiento durante la estancia

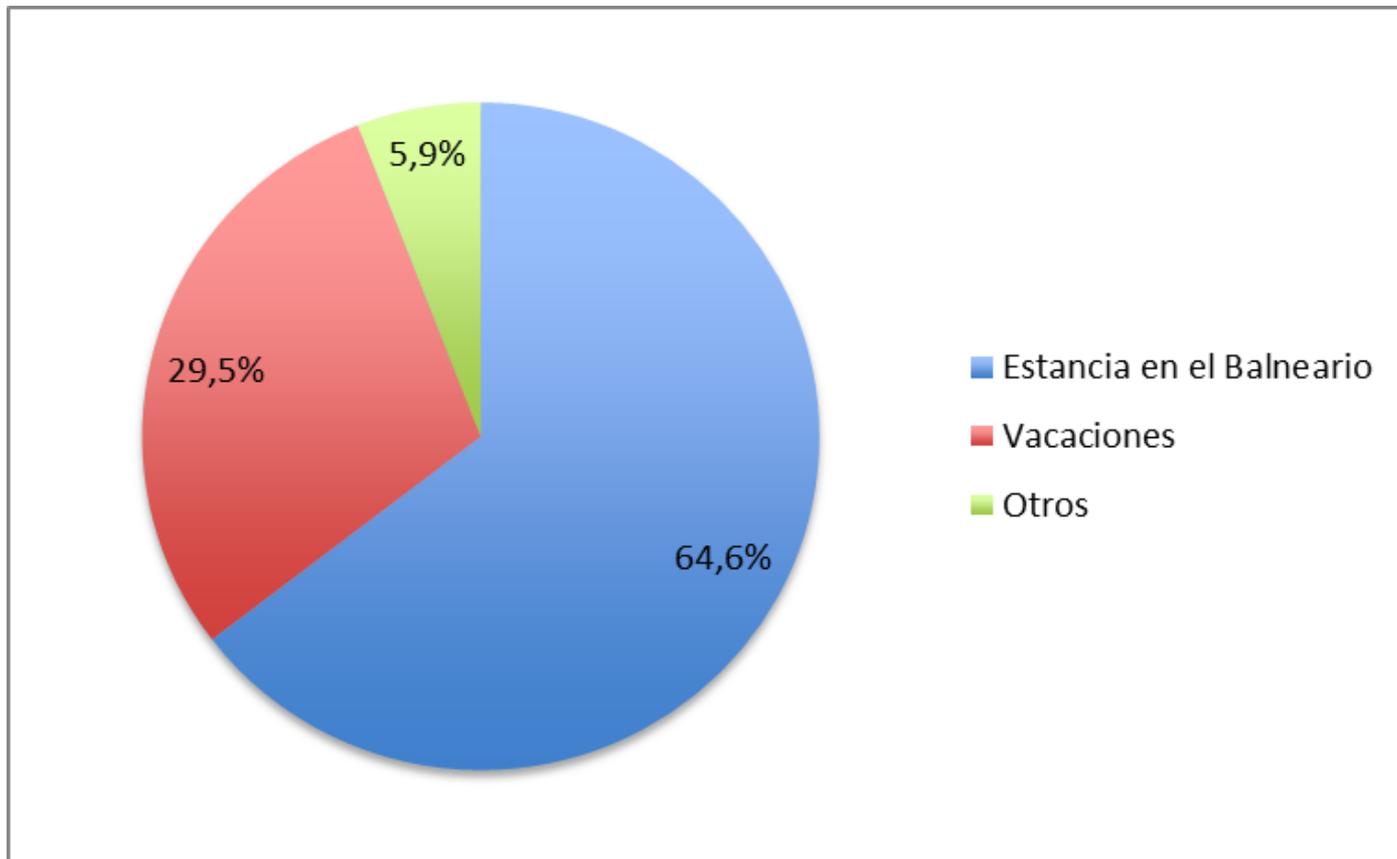
Casi 60% contratan directamente con el Balneario



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.2. Comportamiento durante la estancia

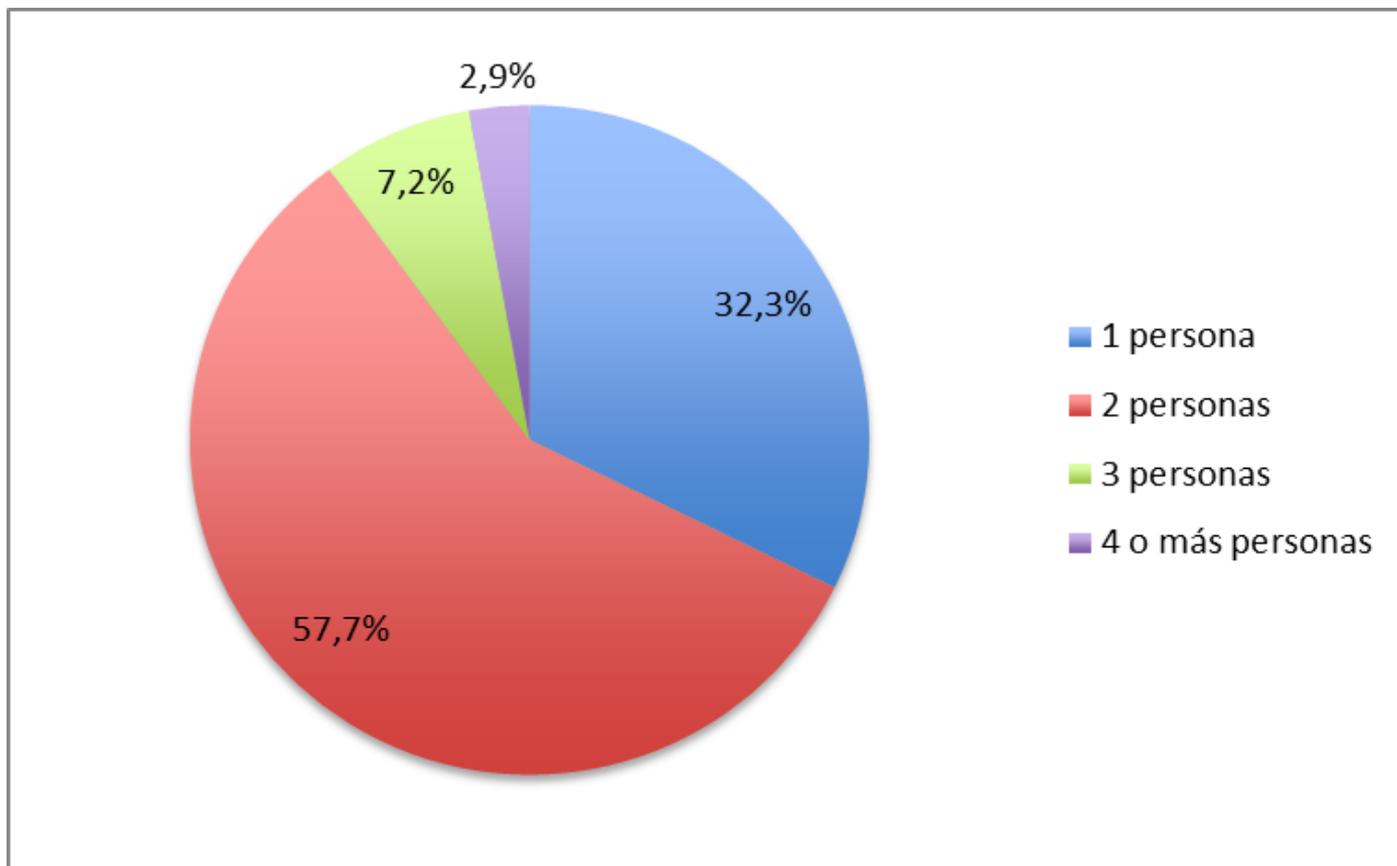
Principal motivo de visita, la estancia en el Balneario



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.3. Gasto durante la estancia

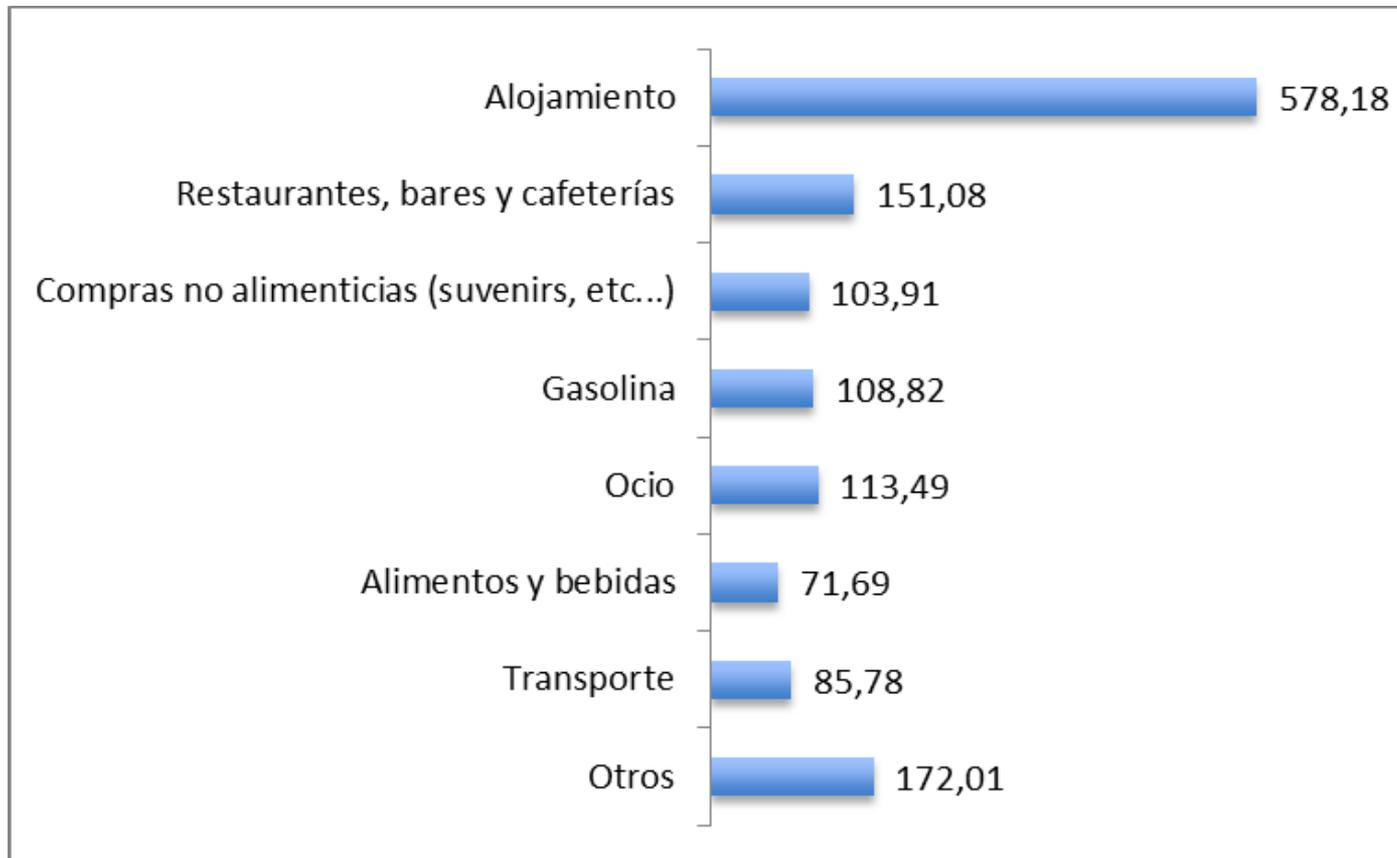
Pago medio anterior a la visita de 523,2 euros, para dos personas...



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.3. Gasto durante la estancia

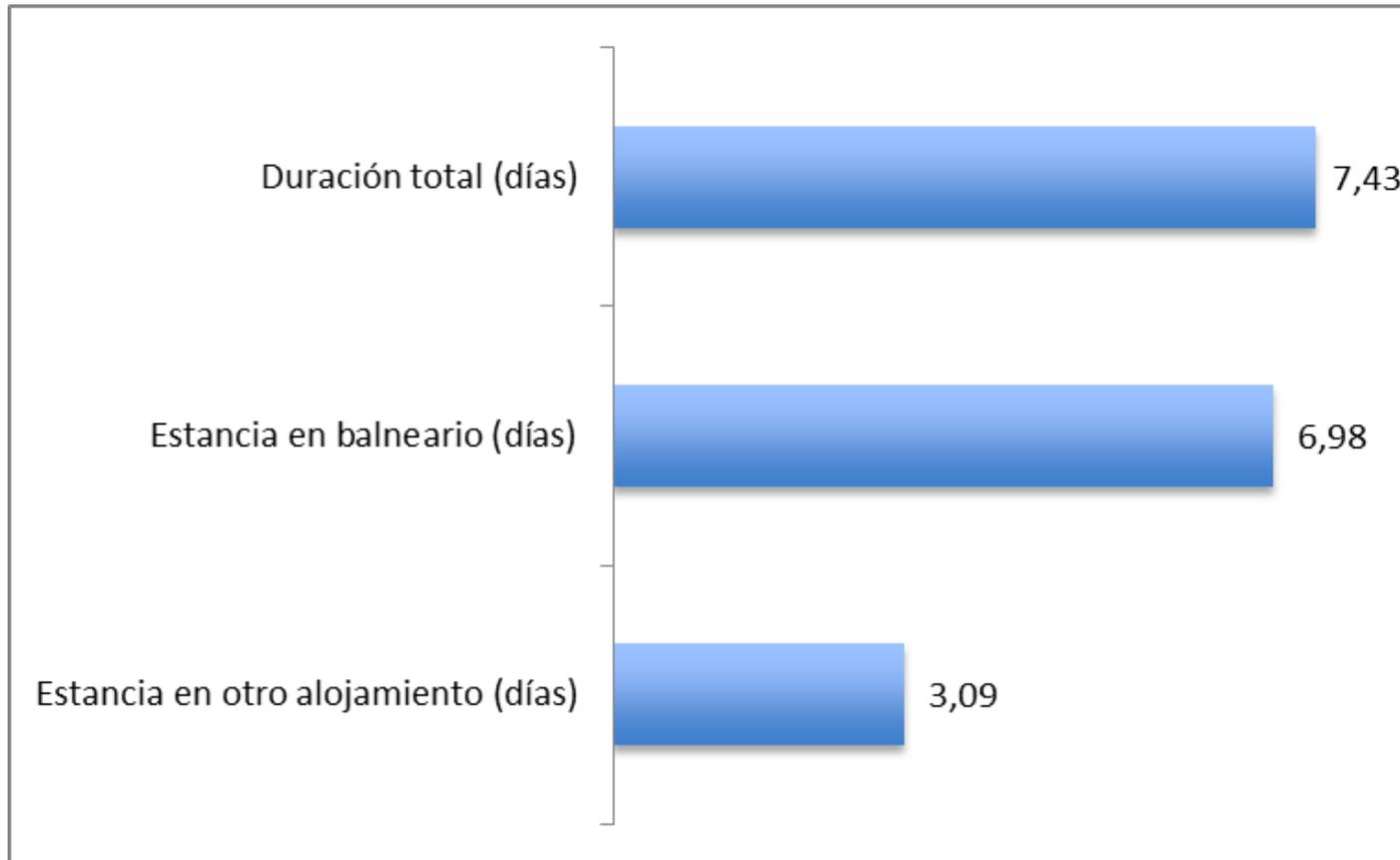
Gasto durante estancia (encuestado + acompañantes)



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.3. Gasto durante la estancia

Estancia media 7,4 días, fundamentalmente en el balneario*

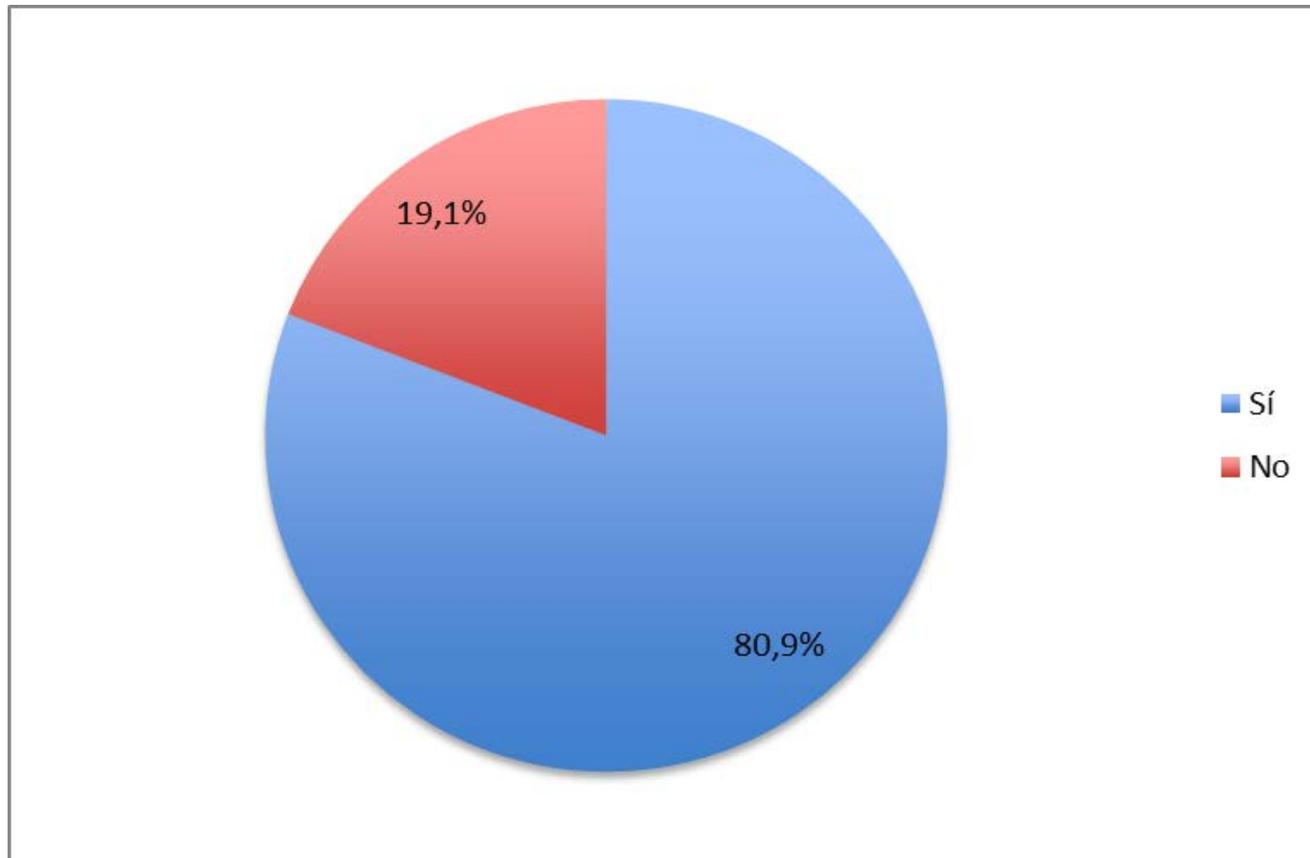


* La estancia media se calcula a partir de los datos válidos en cada categoría

4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.4. Motivo y tipo de visita

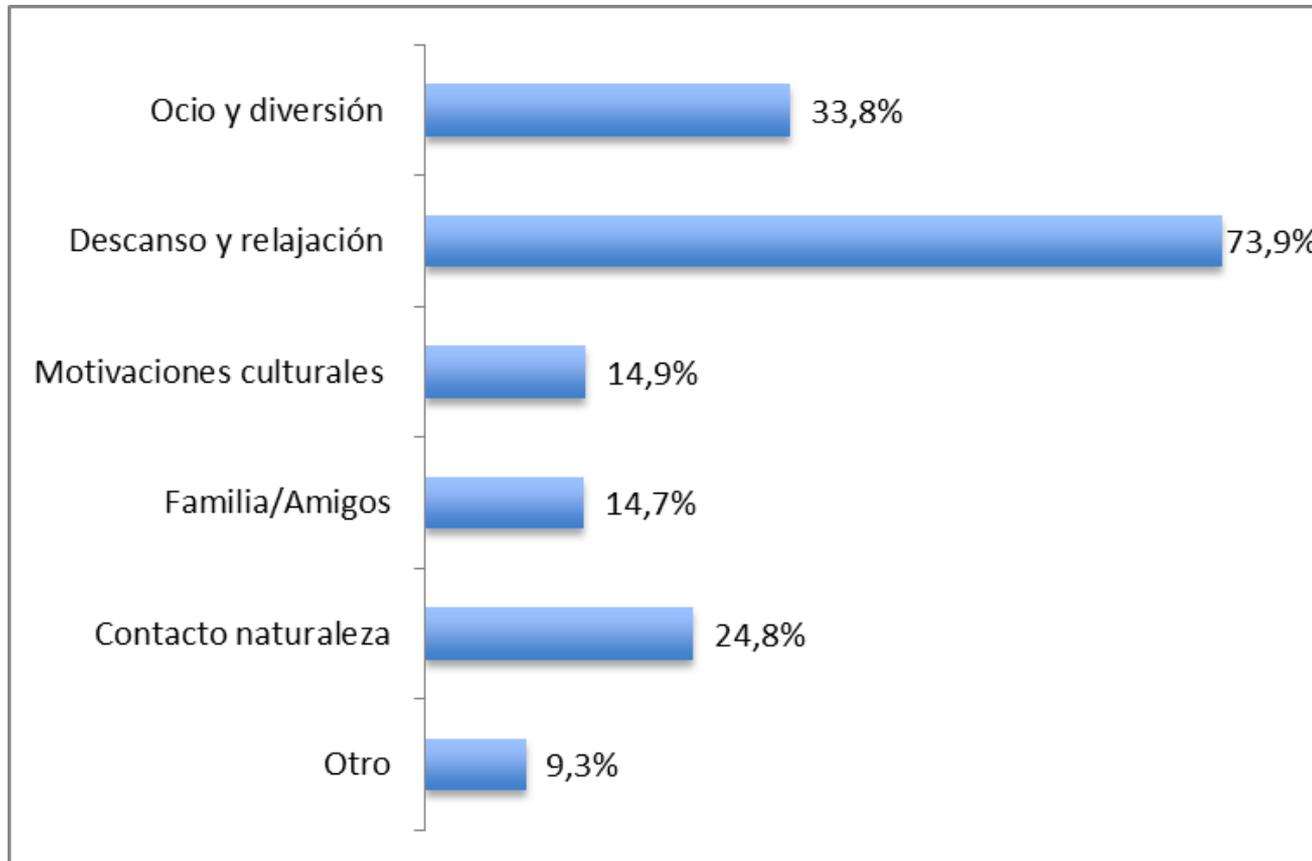
El 80% conocía Cantabria con anterioridad a la visita



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.4. Motivo y tipo de visita

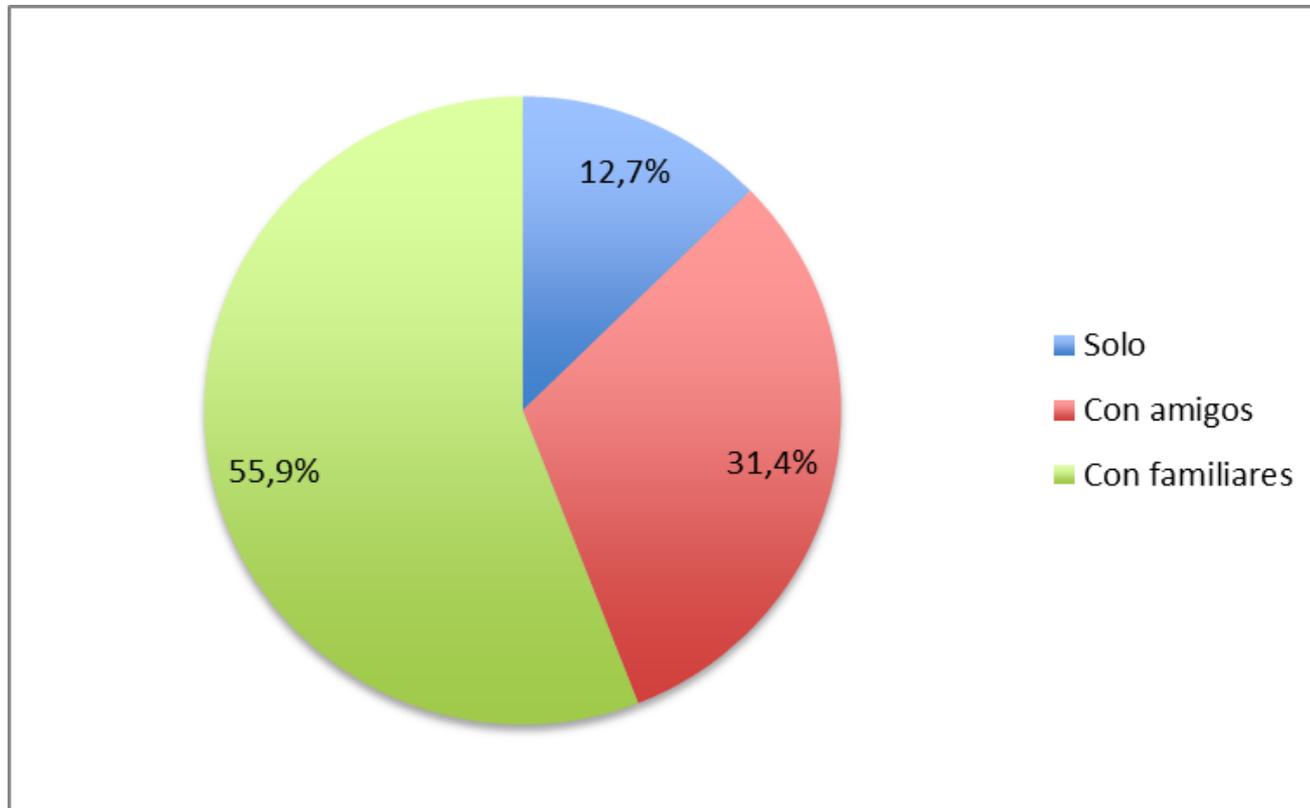
Descanso y relajación, principal motivo de visita



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.4. Motivo y tipo de visita

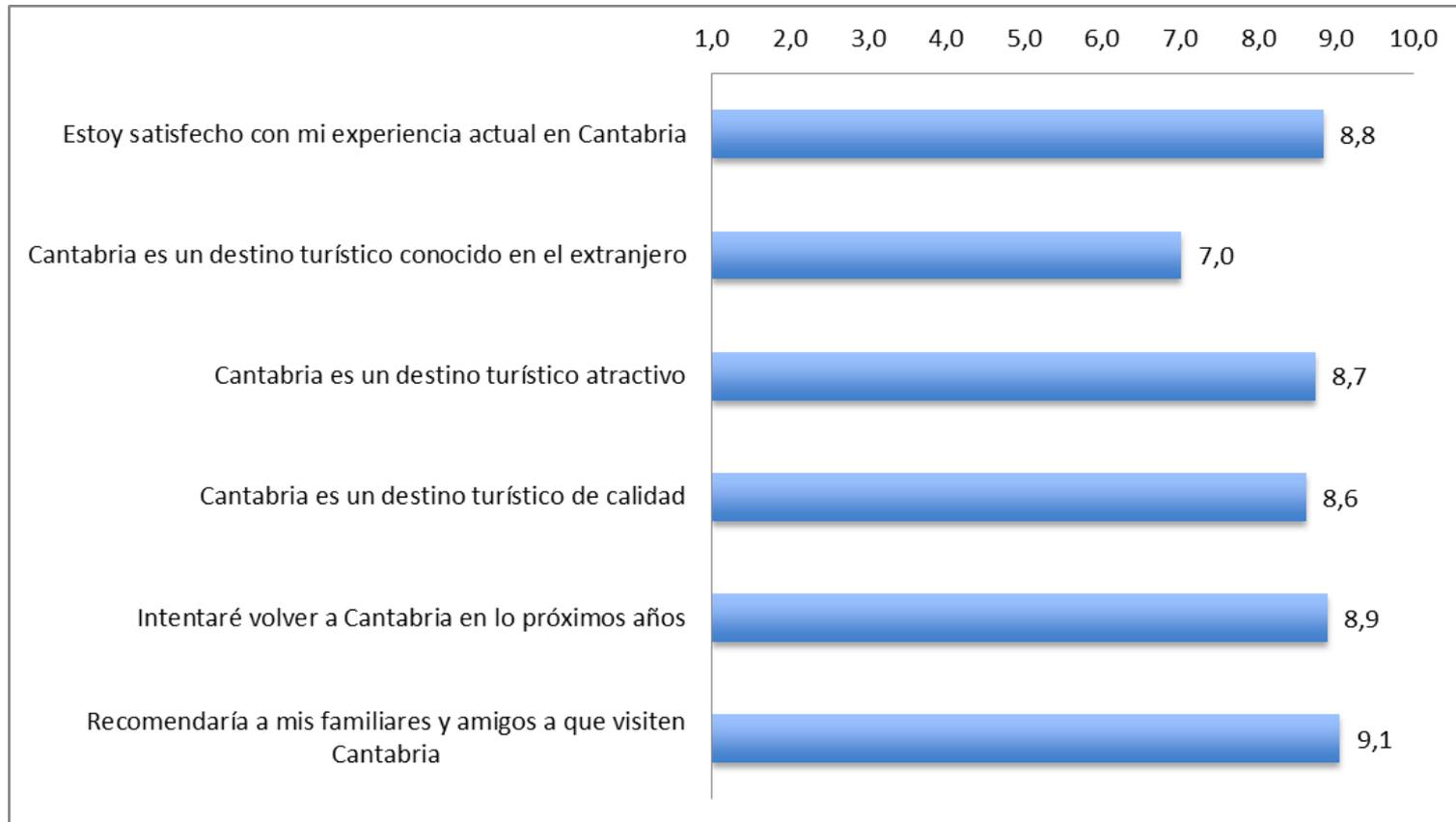
Visita con familiares o amigos



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.5. Valoración del destino y la estancia

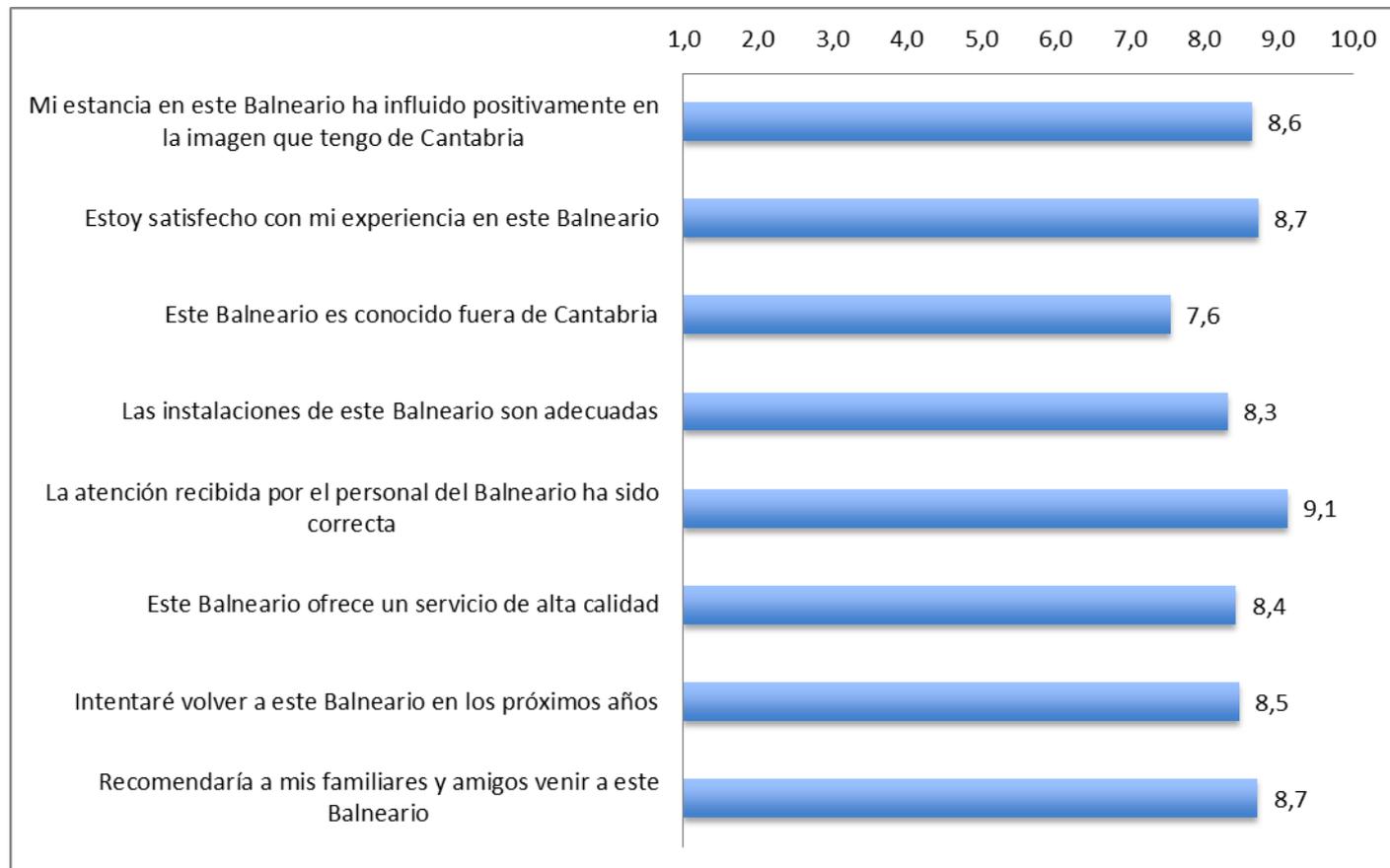
Alta satisfacción y valor de marca de Cantabria como destino



4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.5. Valoración del destino y la estancia

Valoración muy positiva de balneario, que mejora la imagen de Cantabria



5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.1. Estimación del impacto económico del turismo termal en Cantabria

A continuación se resumen los principales resultados del impacto económico del turismo termal en Cantabria, a partir de la estimación de los siguientes efectos con la metodología de las **tablas Input-Output**:

IMPACTO TOTAL = I. DIRECTO + I. INDIRECTO + I. INDUCIDO + EFECTO RENTA

Se adjunta un **ANEXO** a este informe donde se describe de manera exhaustiva la metodología utilizada y los resultados obtenidos de la estimación del impacto económico del turismo termal en Cantabria

2. METODOLOGÍA: IMPACTO ECONÓMICO

Se analiza el **impacto económico**, a través de la metodología de las tablas **input-output**, que tiene para la economía regional la actividad productiva de las empresas de turismo de balnearios, a partir de los siguientes efectos:

1. **Impacto directo:** Se evalúa la contribución directa que las empresas tienen en el Valor Añadido Bruto (VAB en adelante) y el empleo de Cantabria.
2. **Impacto indirecto:** La actividad productiva de los establecimientos de balnearios tiene un efecto sobre aquellas empresas a las que adquieren productos y servicios para el desarrollo de su actividad.
3. **Impacto inducido:** Se estima el impacto que tienen sobre otras empresas de la región las compras de bienes y servicios de aquellas empresas que satisfacen los consumos intermedios a los balnearios.
4. **Efecto renta:** Son los derivados de la parte de la renta de los trabajadores, destinada al consumo privado.

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.2. Principales resultados en términos de impacto

Impactos directos de los establecimientos de balnearios en Cantabria (miles de euros)

DESCRIPCIÓN	2016
Producción Bruta a precios de adquisición	19.309
Consumos Intermedios a precios de adquisición	7.665
Valor añadido bruto a precios de mercado	11.644
Valor añadido bruto a coste de factores	11.561
Remuneración de Asalariados	8.351
Excedente Bruto de Explotación	3.210
Empleo (número de trabajadores)	359

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.2. Principales resultados en términos de impacto

Impactos directos de los establecimientos de balnearios en Cantabria (en porcentaje)

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN	2016
Conjunto de la economía regional	Impacto directo en el VAB de Cantabria (en % s/VAB regional)	0,09%
	Impacto directo en el Empleo de Cantabria (en % s/ empleo regional)	0,16%
Sector turístico regional (STR)	Impacto directo en el VAB de STR (en % s/VAB STR)	1,48%
	Impacto directo en el Empleo de STR (en % s/ empleo STR)	1,45%
Sector hostelería regional (SHR)	Impacto directo en el VAB de SHR (en % s/VAB SHR)	6,92%
	Impacto directo en el Empleo de SHR (en % s/ empleo SHR)	9,21%

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.2. Principales resultados en términos de impacto

Impactos indirectos, inducidos y rentade la actividad productiva sobre el VAB de Cantabria (miles de euros)

DESCRIPCIÓN	2016
Efecto Indirecto	2.502
Efecto Inducido	925
Efecto renta	4.468
Efecto total	11.895

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.2. Principales resultados en términos de impacto

Impactos indirectos, inducidos y renta de la actividad productiva sobre el empleo (miles de euros)

DESCRIPCIÓN	2016
Efecto Indirecto	63
Efecto Inducido	22
Efecto renta	179
Efecto total	264

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.3. Distribución sectorial del impacto de la actividad productiva del sector termal en Cantabria

Distribución sectorial del impacto en el VAB a precios de mercado y en el empleo

SECTORES	VAB		EMPLEO	
	Miles de euros	%	Nº	%
Agricultura, ganadería y pesca	354	0,26	24	0,28
Industria	1.890	0,09	24	0,08
Energía y medio ambiente	367	0,08	4	0,08
Construcción	1.153	0,17	21	0,17
Comercio, transporte, hostelería	1.858	0,08	57	0,09
Edición, audiovisuales, telecomunicaciones y software informático	262	0,09	3	0,13
I+D, servicios financieros y empresariales	3.494	0,15	61	0,19
AA PP, educación, sanidad y servicios sociales	1.971	0,10	44	0,10
Resto de servicios	545	0,14	25	0,13
Total	11.895	0,11	263	0,12

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.4. Efectos de demanda

Las 195.196 pernoctaciones que realizan los turistas de balneario en Cantabria, llevan asociado un gasto de 16 millones de euros

SECTORES	Gasto de los Turistas de Balneario y Salud	
	Miles de euros	%
Agricultura, ganadería y pesca	0	0,00
Industria	2.286	14,30
Energía y medio ambiente	0	0,00
Construcción	0	0,00
Comercio, transporte, hostelería	8.570	53,61
Edición, audiovisuales, telecomunicaciones y software informático	62	0,39
I+D, servicios financieros y empresariales	329	2,06
AA PP, educación, sanidad y servicios sociales	4.192	26,22
Resto de servicios	548	3,43
Total	15.987	100,00

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.4. Efectos de demanda

Impactos indirectos, inducidos y renta de la demanda de turismo de balnearios sobre el VAB y empleo (2016)

DESCRIPCIÓN	VAB (Miles de euros)	Empleo
Efecto Indirecto	8.022	227
Efecto Inducido	2.761	65
Efecto renta	6.110	129
Efecto total	16.893	421

5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO TERMAL

5.4. Efectos de demanda

Distribución sectorial del impacto en el VAB a precios de mercado y empleo

SECTORES	VAB		EMPLEO	
	Miles de euros	%	Nº	%
Agricultura, ganadería y pesca	212	0,16	14	0,17
Industria	1.701	0,08	22	0,08
Energía y medio ambiente	264	0,06	3	0,05
Construcción	811	0,12	15	0,12
Comercio, transporte, hostelería	5.835	0,25	198	0,31
Edición, audiovisuales, telecomunicaciones y software informático	244	0,09	2	0,10
I+D, servicios financieros y empresariales	2.741	0,11	47	0,15
AA PP, educación, sanidad y servicios sociales	4.384	0,22	93	0,21
Resto de servicios	702	0,18	26	0,13
Total	16.893	0,16	421	0,19

6. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones del estudio de la oferta

- Mejora de los resultados empresariales de las empresas del sector durante 2016 en comparación con el año anterior (especialmente en relación con el resultado de explotación y número de empleados).
- Evolución positiva de las pernoctaciones en los balnearios durante 2016, con incremento igualmente en el grado de ocupación y en la estancia media.
- En comparación con el sector hotelero en Cantabria, los balnearios presentan un comportamiento similar en la evolución positiva de las pernoctaciones durante el 2017 (3,1% para los balnearios, frente al 3,3% del sector hotelero en general).
- El peso de los balnearios en las pernoctaciones del sector hotelero regional es mayor temporada baja, factor que justifica la importancia del sector termal en la desestacionalización de la oferta.
- La estancia media es mayor en los balnearios que en el resto del sector hotelero, contribuyendo al gasto de los turistas en otros sectores (ocio, compras, etc.). 44

6. CONCLUSIONES

6.2. Conclusiones del estudio de la demanda

- Clientes mayores de 55 años, con estudios medios y superiores y procedentes de Castilla y León, Madrid, País Vasco y Asturias.
- Reservan directamente en el establecimiento, y se desplazan en coche propio (con familiares o amigos).
- El principal motivo de visita es la estancia en el propio Balneario.
- Estancia media > 7 días, con gasto destacable en gastronomía, compras y ocio.
- La mayoría ya conocen Cantabria y el motivo del viaje es “Descanso y relajación”.
- Alta valoración del destino y del establecimiento termal, cuya visita mejora la imagen de Cantabria.

6. CONCLUSIONES

6.3. Conclusiones del estudio del impacto económico

- El sector empresarial de los balnearios genera un VAB de 11.209.000 euros y da empleo a 347 personas, lo que supone aproximadamente un 6,92% del VAB y un 9,21% del empleo del sector de la hostelería en Cantabria.
- La suma de impactos indirectos, inducidos y renta asociados a los balnearios es mucho más importante que la contribución directa al PIB. Por cada euro de PIB que aporta el sector se generan en otros sectores 1,04 euros y por cada empleo que se genera en el sector se sostienen 0,74 empleos en otros sectores de Cantabria.
- El gasto turístico asociado a las 195.196 pernoctaciones que realizan los turistas de balneario en Cantabria, rondaría los 17 millones de euros (6 millones en Comercio, transporte, hostelería, 4 millones a AA PP, educación, sanidad y servicios sociales (tratamientos de salud), 3 millones a I+D, servicios financieros y empresariales, y 2 millones a industria (carburantes).
- Existe un desajuste en la estimación del impacto de la oferta y la demanda (favorable a la oferta), debido a la estimación de la oferta no tiene en cuenta el gasto sin pernoctación (ej. Eventos, consumos de servicios sin necesidad de alojarse, etc.) ⁴⁶

6. CONCLUSIONES

6.4. Recomendaciones estratégicas para el sector termal en Cantabria

- Analizar los frenos existentes para la atracción de un perfil de turista termal más joven.
- El peso del turista internacional es residual en el sector termal en Cantabria: evaluar acciones para captar turistas extranjeros, incluso durante su estancia en Cantabria.
- Reducir la dependencia del IMSERSO en periodos de temporada baja, especialmente con acciones promocionales de corta duración dirigidas a clientes que ya hayan visitado previamente el Balneario.
- Fomentar el “boca-oreja” entre los clientes de los Balnearios, especialmente la recomendación online, debido a que el estudio señala una alta intención de recomendar Cantabria en general, y el Balneario en particular.

6. CONCLUSIONES

6.4. Recomendaciones estratégicas para el sector termal en Cantabria

- Favorecer la venta cruzada de servicios de ocio y cultura en la región, debido al gasto añadido del turista en servicios diferentes a los ofrecidos por el Balneario.
- Acciones de promoción “sectorial” en CCAA preferentes, con imagen e identidad compartida: Turismo Termal de Cantabria
- Ofrecer al turista termal que viene a Cantabria motivado por su estancia en el Balneario posibilidades para ampliar su estancia, a partir de acciones conjunta con el sector hostelero de la región.

7. EQUIPO INVESTIGADOR

GRUPO DE INTELIGENCIA DE MARKETING

Jesús Collado Agudo – Investigador principal

M^a del Mar García de los Salmones Sánchez

Angel Herrero Crespo

Andrea Pérez Ruiz

Héctor San Martín Gutierrez

INVESTIGADOR COLABORADOR

Francisco Parra Rodríguez – Profesor Asociado

Departamento de Economía de la Universidad de Cantabria



SITUC

SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE CANTABRIA

Facultad de CC.EE. y EE.
Avda. de los Castros, s/n. 39005 - Santander (España).

situc@unican.es

Teléfono: (+34) 942 20 39 23