
*El Sistema de Información Territorial del Turismo de Andalucía.
Una herramienta para el análisis del Turismo.*

Introducción

Toda política turística debe estructurarse desde un conocimiento prospectivo de la realidad actual, para ello el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA) ha venido proporcionando y generando información estadística y documental.

SAETA comenzó su andadura con la fase de acopio, clasificación y gestión de la documentación relativa al sector así como creando y manteniendo diversas bases de datos estadísticos y administrativos con relación directa o indirecta con el turismo de Andalucía, poniendo toda esta información a disposición de agentes, tanto públicos como privados, para facilitar en lo posible tanto la planificación como la promoción de este sector económico estratégico para el desarrollo económico de la Comunidad Autónoma Andaluza.

SAETA avanza aún más en el análisis de este sector, elaborando un Sistema de Indicadores, un Modelo de análisis económico y un Modelo de Análisis Prospectivo y Predicciones con el fin de obtener el máximo beneficio de todas y cada una de las fuentes de información estadística. SAETA ha seguido progresando y adaptándose a las necesidades de información del sector turístico. En la actualidad en la Comunidad Autónoma andaluza se conoce la evolución general de las principales variables turísticas para la totalidad de Andalucía, este tipo de análisis se puede realizar incluso para todas las provincias andaluzas, pero también es necesario disponer de esta información para ámbitos territoriales menores.

Debido al gran número de peticiones de información procedentes del sector privado que se atienden desde SAETA ha sido posible captar la carencia de este tipo de datos que las empresas turísticas necesitaban para adaptarse a las condiciones de mercado y para la

toma de decisiones de comercialización (decisiones de localización, estudios de mercado, planes de marketing, etc.).

También desde la Administración Pública se aprecia una laguna estadística en ámbitos inferiores a la provincia. En las actuaciones de promoción es de gran utilidad un conocimiento más detallado de los distintos productos y ofertas complementarias que se pueden ofrecer dentro de las distintas comarcas turísticas andaluzas. Las decisiones de comercialización de Andalucía en su conjunto, como producto turístico deben adaptarse a la realidad centrándose en la diversificación de ofertas para potenciar así su capacidad de atracción evitando divulgar una imagen de Andalucía como destino de paquetes turísticos baratos, en el que se desarrolla un turismo de masas y promocionando Andalucía sobre la base de la belleza, la cultura y la existencia de entornos naturales de gran calidad.

En cuanto a las actuaciones de planificación, tanto desde la Administración Autonómica como desde instancias comarcales, supramunicipales o municipales, resulta evidente la utilidad de disponer de esta información ya que la actividad turística que conlleva un mínimo de planificación da lugar a una disminución de las externalidades negativas inherentes a cualquier actividad económica así como a una potenciación de los impactos positivos.

El proceso de recopilación y elaboración de la información necesaria para realizar un análisis de las distintas zonas y municipios andaluces desde el punto de vista turístico de forma homogénea y metodológicamente correcta no es una tarea fácil. Cada Administración competente proporciona información más o menos agregada de su circunscripción, pero si nos limitáramos a recopilar estas distintas fuentes nos encontramos con una falta de comparabilidad de las distintas magnitudes. Debido a esta circunstancia, parece evidente la necesidad que, desde la administración andaluza se dé solución a esta exigencia dotando al sector de un conjunto de estadísticas oficiales que realmente se ajusten a las necesidades de los agentes públicos y privados.

En el presente artículo se ha elaborado un primer análisis con la información contenida en el Sistema de Información Territorial de Andalucía en tres secciones diferenciadas. En un primer momento se ha realizado una aproximación a la distribución territorial de la oferta turística andaluza tanto de alojamientos turísticos como de restauración, diferenciado también en el análisis las distintas tipologías. Éste se ha realizado atendiendo a una metodología común tanto para el alojamiento y sus tipologías, como para la oferta de restauración, dividiéndose los municipios en cuatro categorías (elevada, alta, media y baja), cada una de ellas conteniendo el 25% de las plazas totales de Andalucía. De esta manera se puede apreciar tanto la localización de la oferta como su mayor o menor concentración en determinadas áreas.

En la segunda parte se han utilizado *indicadores de intensidad turística*¹ definidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT) para relacionar las variables de oferta anteriormente analizadas con el tamaño de un municipio, medido ya sea a través de su superficie o de su población.

A la vista de los resultados obtenidos en las dos primeras secciones, ha sido posible realizar diversas zonificaciones en la Comunidad Autónoma andaluza, y a partir de ellas, analizar las distintas variables de oferta para resaltar las diferentes características de los municipios del litoral, de mayor oferta monumental y de los rurales.

Distribución Territorial de la oferta turística en Andalucía.

La oferta de alojamientos turísticos reglados en Andalucía, es decir, sin considerar el alquiler de apartamentos y bungalows que se comercializan en el mercado inmobiliario, es de 340,7 mil plazas, que se distribuyen entre 1.150 hoteles (162 miles de plazas), 452 complejos de apartamentos turísticos, 177 campings y 1.414 pensiones. Durante 2001 se recibieron 20,7 millones de los que 9,5 millones fueron extranjeros y la diferencia españoles. De los turistas extranjeros, algo más de la mitad son británicos y alemanes,

¹ Documento A/6/15/C.1 sobre la “Elaboración de un Sistema de Indicadores Estadísticos sobre Viajes y Turismo”, de la OMT.

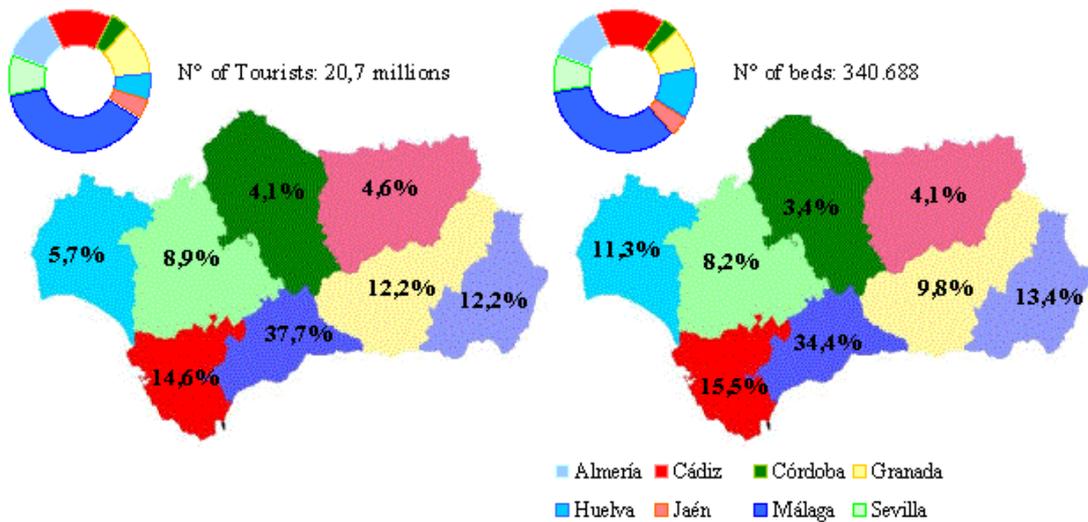
mientras que de los 11,2 millones de turistas españoles, 3,8 millones son andaluces (turismo interno) y los 7,4 millones restantes procedentes de otras regiones españolas.

Este volumen de actividad da como resultado una producción turística (valor de los bienes y servicios producidos por la economía andaluza para atender la demanda de los turistas) cuyo valor en 2001 alcanzó la cifra de 11.483 millones de Euros con un volumen de empleo estimado en 226.000 personas. El turismo se configura, no sólo como la primera industria de la economía andaluza, a cuyo producto interior contribuye en aproximadamente un 13 por ciento, sino también como la más dinámica desde 1994. Con una aportación de 2 puntos al crecimiento medio anual durante la década de los 90, el turismo habría sido el responsable del 21,4 por ciento del crecimiento total de la economía andaluza entre 1990 y 1999.

Andalucía es, por lo tanto, un importante destino turístico a escala internacional. En términos de turismo receptivo extranjero, Andalucía equivale a países como Tailandia o al conjunto de Oceanía, superando en más del doble a otros destinos tan cualificados como Cuba, República Dominicana o Argentina. También es una región que ha acentuado en los últimos tiempos su condición de economía turística, especialmente tras la difícil primera mitad de la pasada década, con crecimientos superiores al 5 por ciento en términos reales entre 1994 y 1999.

En cuanto a su distribución territorial por provincias, destaca la primacía de Málaga tanto en oferta como en demanda, captando durante el año 2001 al 37,7% del total de turistas que recibe Andalucía y ofreciendo el 34,4% del total de plazas. A Málaga le sigue a gran distancia Cádiz, Almería y Granada como se observa en el gráfico.

Gráfico nº 1. Distribución porcentual de los turistas y de las plazas en Andalucía según provincia. Año 2001.

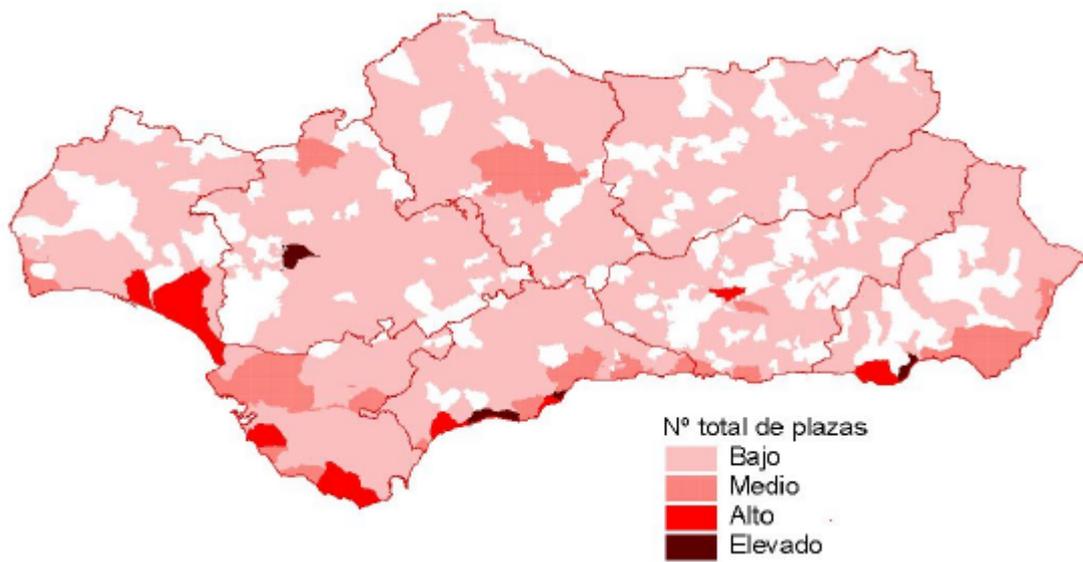


Fuente: ECTA, IEA. RAT, Consejería de Turismo y Deporte.

El estudio de la interrelación del turismo con el territorio resulta especialmente interesante en una Comunidad Autónoma que presenta, tal y como se observa en el gráfico nº 1 una elevada concentración, tanto en oferta como en demanda, especialmente en la provincia de Málaga.

No obstante, para apreciar en mayor detalle la interrelación entre turismo y territorio es necesario descender de nivel territorial. Si se analiza el número de plazas de alojamiento por municipio, esta primacía de la provincia de Málaga no resulta tan evidente (mapa nº 1), aunque sí se aprecia una elevada concentración, ya que los cuatro municipios con mayor número de plazas representan el 25% del total de plazas ofertadas en Andalucía y de estos cuatro municipios dos de ellos pertenecen a la provincia de Málaga.

Mapa nº 1. Distribución de plazas por municipios. Año 2001.



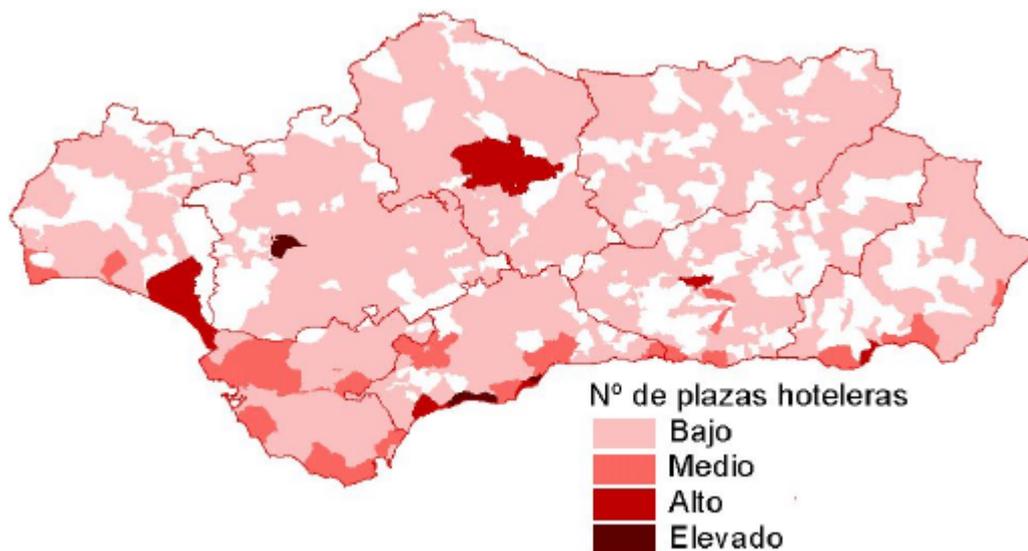
Fuente: SAETA a partir de datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

Municipios andaluces con mayor número de plazas en alojamiento.

<i>Provincia</i>	<i>Municipio</i>	<i>% sobre el total de Andalucía</i>
Málaga	TORREMOLINOS	7,7%
Málaga	MARBELLA	7,0%
Sevilla	SEVILLA	5,0%
Almería	ROQUETAS DE MAR	4,5%
Málaga	FUENGIROLA	3,8%
Málaga	BENALMADENA	3,5%
Granada	GRANADA	3,5%
Huelva	MOGUER	3,0%
Almería	EL EJIDO	2,9%
Huelva	ALMONTE	2,8%
Cádiz	TARIFA	2,2%
Málaga	ESTEPONA	1,9%
Cádiz	CHICLANA DE LA FRONTERA	1,9%
Total		49,7%

Esta distribución varía si se analiza la oferta teniendo en cuenta las distintas tipologías de alojamiento, incluso en la distribución de plazas hoteleras varía significativamente, a pesar de que éstas suponen el 48% del total de las plazas de alojamiento (mapa nº 2). En cuanto a la oferta hotelera, el 25,6% de las plazas se concentran en tres municipios, dos de ellos de la provincia de Málaga y los 10 municipios con mayor número de plazas suponen el 52,4% del total de plazas hoteleras.

Mapa nº 2. Distribución de plazas hoteleras por municipios. Año 2001.



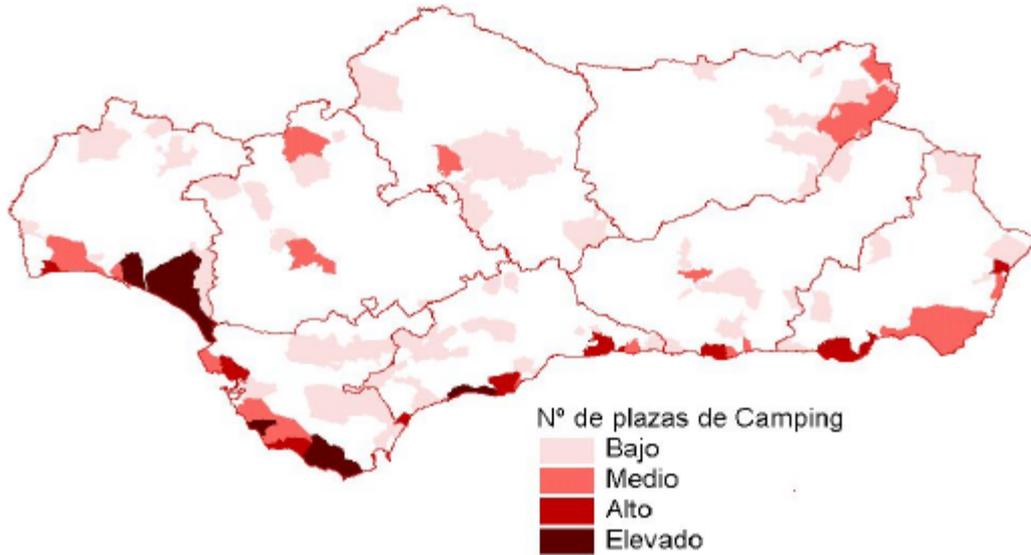
Fuente: SAETA a partir de datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

Municipios andaluces con mayor número de plazas en alojamiento hotelero.

<i>Provincia</i>	<i>Municipio</i>	<i>% sobre el total de Andalucía</i>
Málaga	TORREMOLINOS	10,3%
Sevilla	SEVILLA	8,0%
Málaga	MARBELLA	7,3%
Granada	GRANADA	5,3%
Málaga	BENALMADENA	4,9%
Almería	ROQUETAS DE MAR	4,9%
Málaga	FUENGIROLA	4,2%
Córdoba	CORDOBA	2,6%
Málaga	ESTEPONA	2,4%
Huelva	ALMONTE	2,4%
<i>Total</i>		<i>52,4%</i>

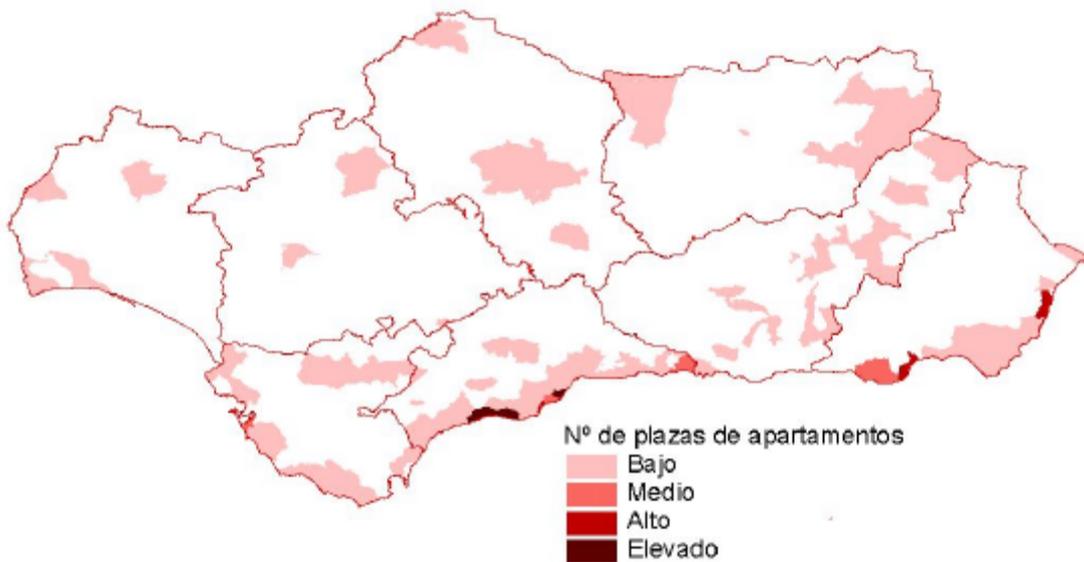
Aún más concentración muestran otras tipologías de alojamiento, en concreto, para los camping se aprecia una especialización en los municipios costeros (mapa nº 3), mientras que para los apartamentos (mapa nº 4) el 75% de las plazas se concentran en nueve municipios situados todos ellos en el litoral. En cuanto a la tipología de casas rurales, es la que menor concentración presenta, especializándose además en las zonas rurales de interior (mapa nº 5).

Mapa n° 3. Distribución de plazas de campings por municipios. Año 2001.



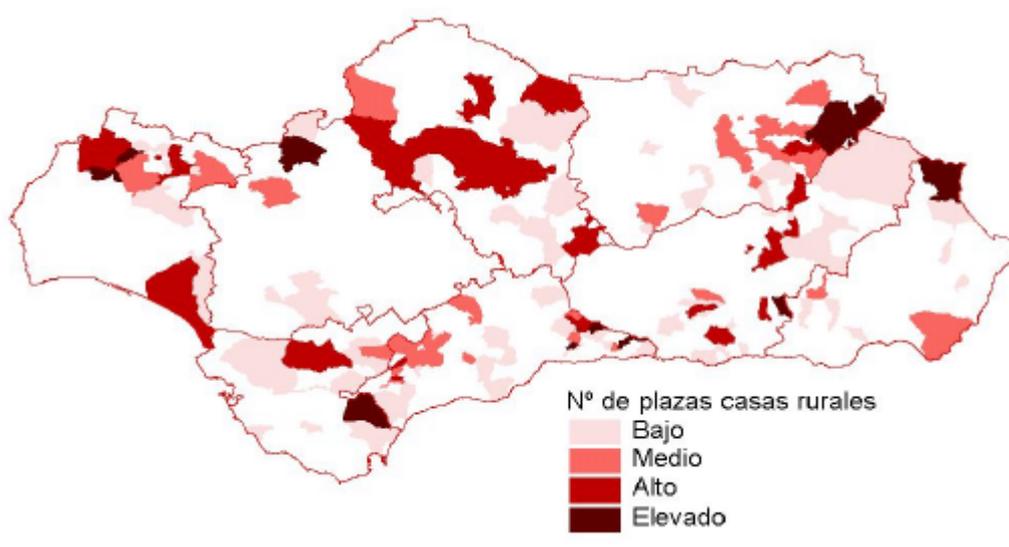
Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

Mapa n° 4. Distribución de plazas de apartamentos por municipios. Año 2001.



Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

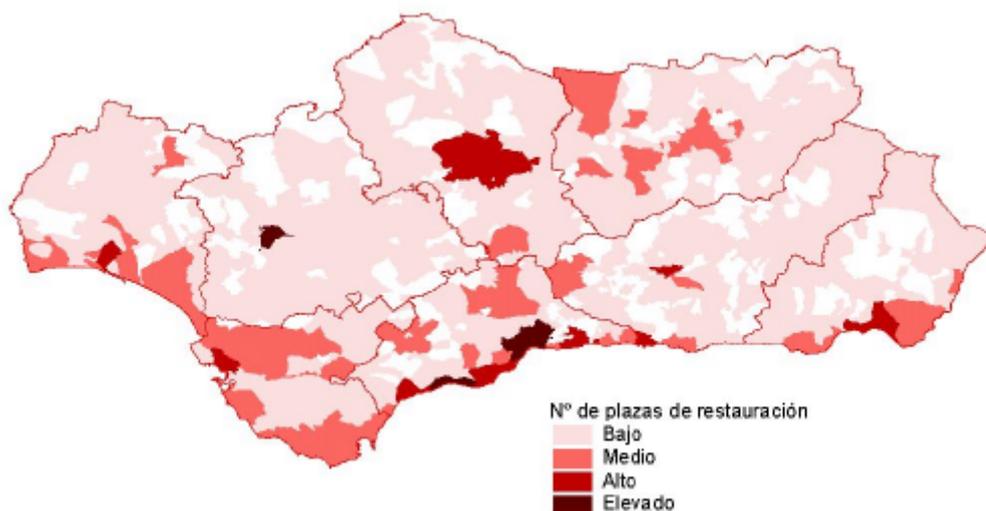
Mapa nº 5. Distribución de plazas de casas rurales por municipios. Año 2001.



Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

La oferta de restauración medida en término de número de plazas de restaurantes y cafeterías presenta una distribución similar que la oferta alojativa: una mayor presencia en la costa y en las capitales provincia, a pesar de que en los municipios de interior se aprecia una mayor importancia que en el caso de la oferta de alojamiento (mapa nº 6), al tratarse de una oferta consumida también por un residente.

Mapa nº 6. Distribución de plazas de restaurantes y cafeterías por municipios. Año 2001.



Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

Indicadores de Intensidad

Es evidente que el tamaño de un municipio, medido ya sea a través de su superficie o de su población, influye tanto en su oferta como en su demanda turística. De aquí que, junto al número agregado de plazas de alojamiento, sea necesaria la utilización de determinados *indicadores de intensidad turística*, pudiendo éstos estar referidos tanto a la población como al territorio.

En el presente artículo se utilizan los siguientes:

Indicadores de intensidad turística con relación a la población:

- *Indicador de oferta,*

(Número de plazas de alojamiento / población habitual) x 100

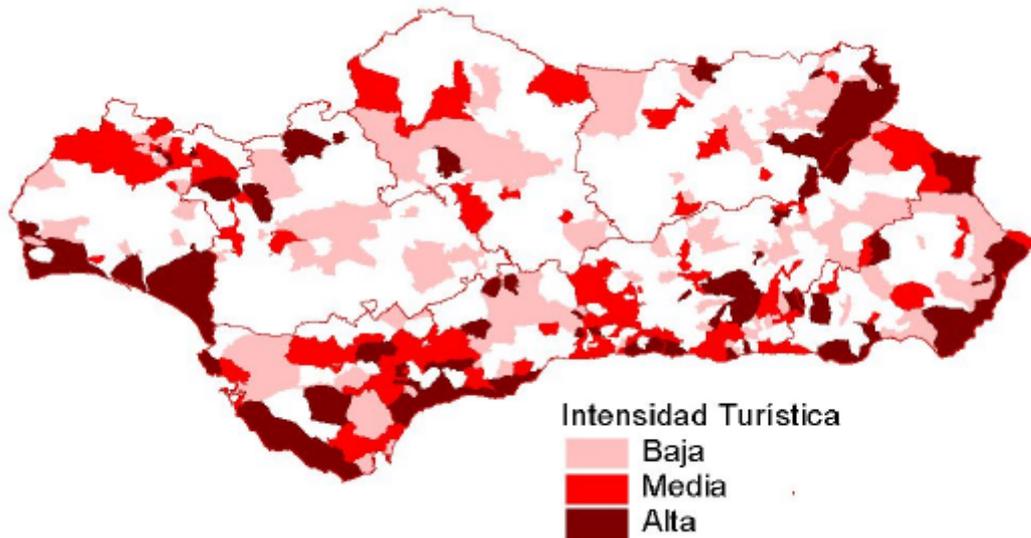
Indicadores de intensidad turística respecto al territorio:

- *Densidad de alojamiento,*

(Número de Plazas de alojamiento / número de km²) x 100

Analizando los resultados del primer indicador se puede afirmar que Andalucía es una Comunidad Autónoma eminentemente turística, ya que en 286 de los 781 municipios andaluces este indicador supera el valor de 1. Este indicador proporciona una aproximación de la especialización funcional del municipio en el turismo, presentando una distribución significativamente distinta a la mera representación del número de plazas (mapa nº 7).

Mapa n° 7. Indicador de intensidad turística con relación a la población. Año 2001.

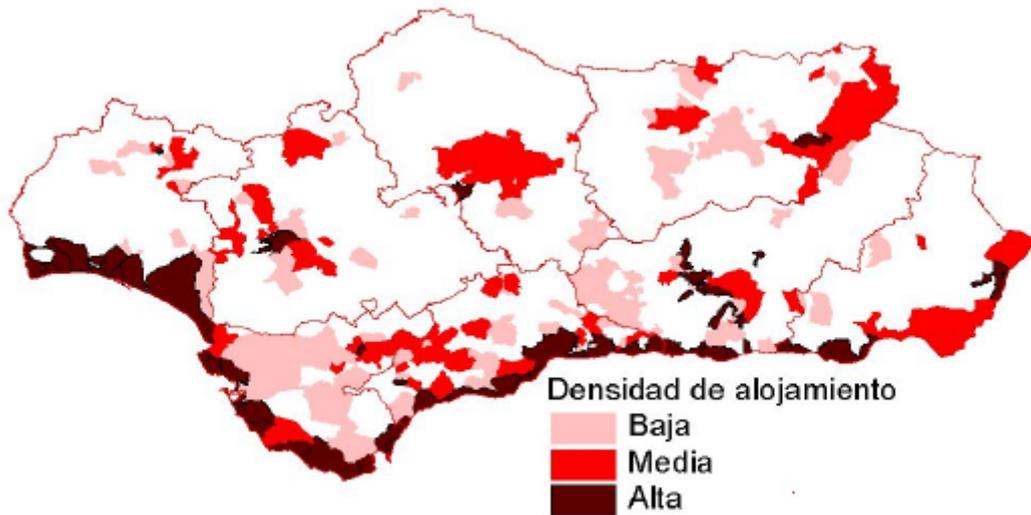


Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

La especialización funcional resulta elevada en la mayoría de los municipios del litoral, pero también aparecen valores elevados en otros municipios de interior especializadas en turismo natural y rural.

En cuanto al indicador de intensidad turística respecto al territorio la representación en el mapa varía significativamente que el relativo a la población, destacando claramente aquellos municipios del litoral andaluz junto con otras zonas de interior y Sevilla y Granada capital, municipios eminentemente turísticos. De esta manera se evidencia la mayor ocupación del espacio costero andaluz por la actividad turística identificándose como municipios con una mayor presión sobre el territorio, parámetro de importancia fundamental cuando se pretende preservar la calidad medioambiental.

Mapa nº 8. Indicadores de intensidad turística respecto al territorio. Año 2001.

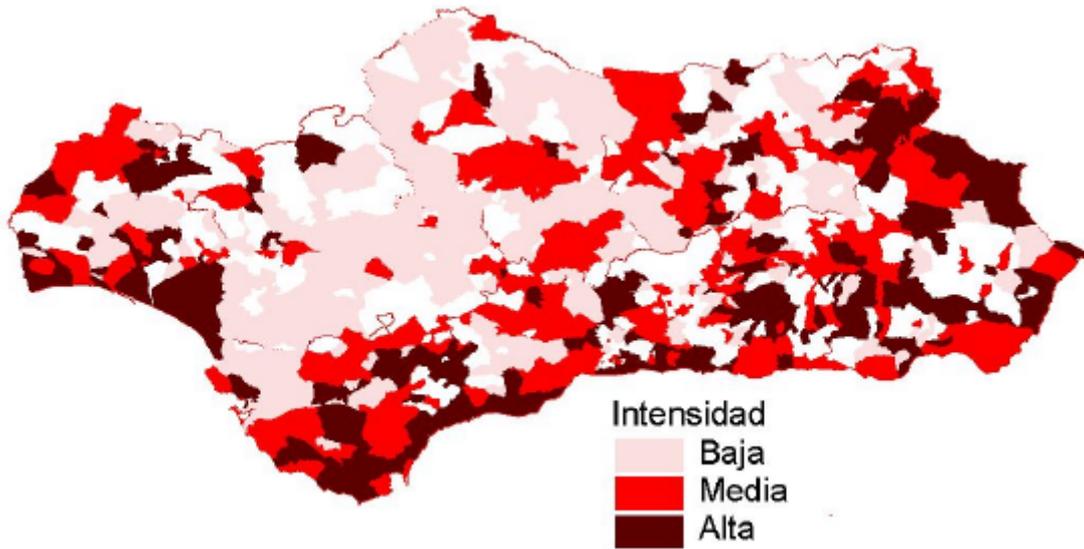


Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

De esta manera se puede concluir que la actividad turística causa una elevada incidencia sobre el territorio en la franja costera andaluza mientras que en los espacios naturales protegidos no es causa de una elevada presión sobre el espacio. No obstante, al tener en cuenta el indicador de intensidad turística respecto a la población se puede deducir que en algunos municipios rurales y que cuentan con espacios naturales protegidos, la incidencia de la actividad turística es elevada.

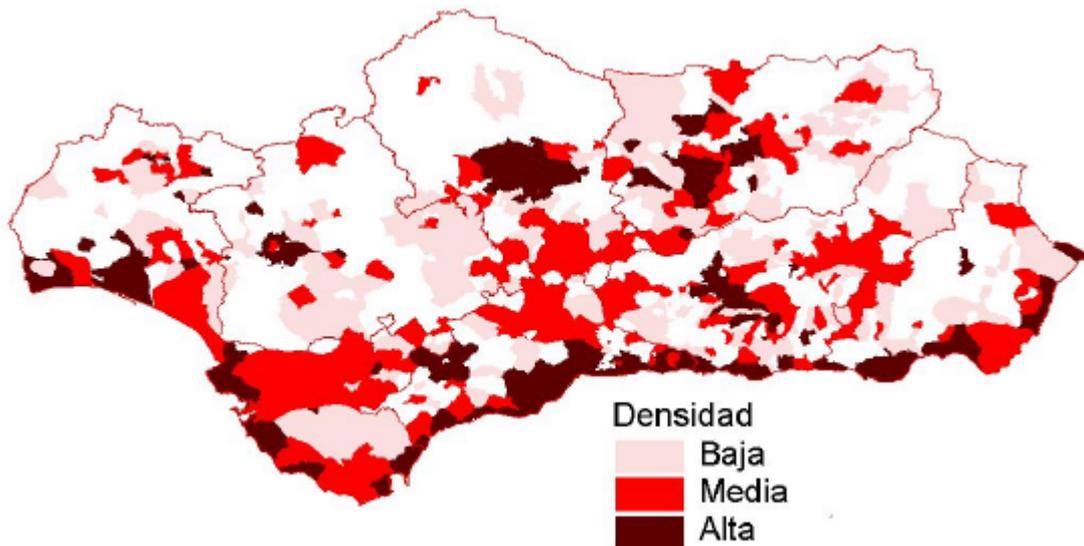
También se han elaborado estos indicadores para la oferta de restauración, apareciendo otras áreas importantes de elevada densidad de oferta distinta a la zona del litoral, sobre todo con relación a la población. Este último indicador proporciona información complementaria al permitir identificar aquellos municipios que, debido a su elevada oferta de restauración con relación a la de alojamiento, pueden identificarse como foco de atracción de excursionismo o de turismo alojado en alojamiento no reglado (por ejemplo, segundas residencias).

*Mapa n° 9. Indicador de intensidad para la restauración en relación a la población.
Año 2001.*



Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

*Map n° 10. Indicador de intensidad para la restauración en relación al territorio.
Año 2001.*



Fuente: SAETA a partir datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.

Zonificación según características territoriales

Una vez analizada la oferta turística en Andalucía por tipología e intensidad, podemos afirmar que es un destino especializado en el turismo de sol y playa. Es la zona del litoral andaluz la que recibe una mayor presión, aunque no sólo por parte del turismo. Los municipios de la costa en Andalucía abarcan una extensión de 7.942 km², lo que supone el 9% de la extensión total de Andalucía, acogiendo al 34% de la población andaluza del 2001. Esta proporción ya demuestra la mayor densidad de población existente en los municipios costeros, pero el sector turístico incide aún más dado que el 75% del total de pernoctaciones hoteleras realizadas en Andalucía durante el 2000 han tenido lugar en el 9% del territorio que representa los municipios del litoral andaluz.

Lógicamente, la oferta de alojamientos también presenta una elevada agrupación en la costa, destacando el caso de los apartamentos turísticos, con una concentración del 97%, seguido de los camping con un 80% y de los hoteles con un 65% de las plazas. En concreto, del total de plazas de alojamiento reglado que ofrece la Comunidad Autónoma Andaluza, el 72% se encuentran en el litoral. En cuanto a la oferta de restauración (cafeterías y restaurantes) no presentan una concentración tan elevada en las zonas del litoral, acogiendo al 55,5% del total de plazas de Andalucía. La concentración es mayor en cuanto a cafeterías que en cuanto a restaurantes.

Esta característica de concentración de demanda y oferta no ocurre tanto en aquellos municipios con otro tipo de atractivo turístico. Para seleccionar los municipios que ofrecen un mayor número de atractivos monumentales se han elegido aquellos con más de 10 Bienes de Interés Cultural registrados por el Ministerio de Cultura.

Estos municipios suponen el 15% de la superficie total de la Comunidad Autónoma Andaluza, y acogen al 47% de la población, por lo que también se aprecia que existe una gran concentración en cuanto a población para estos municipios. No obstante, en cuanto a pernoctaciones hoteleras, la concentración en los municipios de interés monumental (39,5%) está muy por debajo de las correspondientes a los municipios del

litoral (75%). En cuanto a la oferta estos municipios ofrecen el 31% del total de plazas de alojamiento de Andalucía, siendo la tipología de hoteles la más representada (38%). Es destacable la mayor cuota que representan estos municipios en cuanto a oferta de restauración en los municipios con una mayor oferta monumental, situándose en estas zonas el 44% del total de las plazas de restaurantes y cafeterías existentes en Andalucía, llegando a suponer hasta el 56% en el caso de las plazas de cafeterías.

La oferta natural se configura como la más extendida entre los 781 municipios andaluces, ya que 337 de ellos cuentan con alguna figura de protección natural. Estos municipios acogen al 70% de la población andaluza, aunque en cuanto a pernoctaciones hoteleras acoge al 52% de las realizadas en la Comunidad Autónoma andaluza. En cuanto al número de plazas de alojamiento, la participación de estos municipios llega a suponer el 57%, destacando lógicamente la concentración de casas rurales alcanzado el 77% del total de las plazas ofertadas en Andalucía. La participación de esta agrupación de municipios en la oferta global de restauración se sitúa en niveles cercanos a la correspondiente a alojamiento.

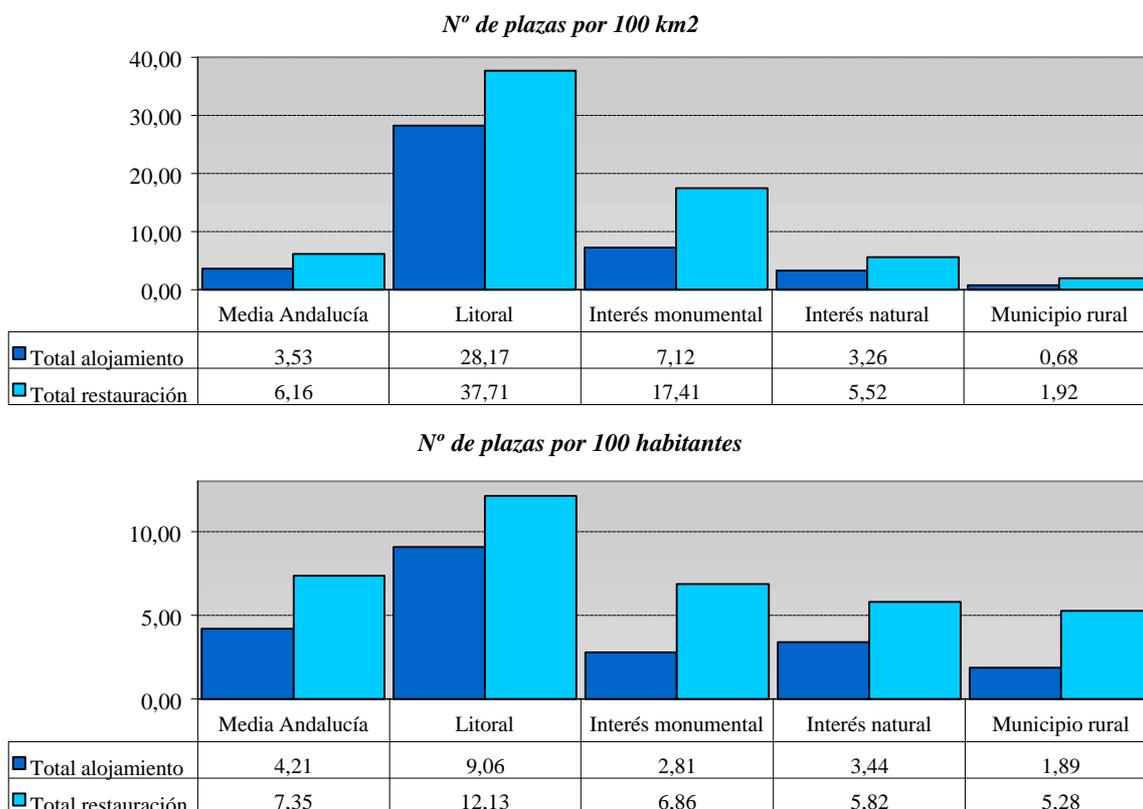
A partir de la clasificación de entorno rural que se da en el decreto 20/2002, de 29 de enero, de turismo en el medio rural y turismo activo², se han seleccionado aquellos municipios que cumplen dos condiciones: 1. Los núcleos de población que según el padrón actualizado no excedan de veinte mil habitantes y 2. Los núcleos de población que no estén situados en el litoral andaluz. De esta manera, se determina lo que se consideran a efectos de este estudio municipios rurales, que se extienden a lo largo del 76% de la extensión andaluza, aunque en cuanto a habitantes sólo acoge al 33% del total de la población andaluza. Esta menor densidad de población se ve también reflejada en una baja concentración de las pernoctaciones hoteleras y, en general de las plazas de alojamiento. No obstante, se aprecia una especialización en casas rurales, con un 86% del total de plazas en Andalucía. En estos municipios se observa una mayor especialización en la oferta de restauración, sobre todo en lo que se refiere a número de

² Decreto 20/2002, de 29 de enero, de turismo en el medio rural y turismo activo: (BOJA nº 14, de 2 de febrero) / Consejería de Turismo y Deporte.- Sevilla: Consejería de Turismo y Deporte, 2002.

plaza de restaurante, ya que suponen en 25,4% de estas plazas frente al 14,7% del total de las plazas de alojamiento.

Recopilando los indicadores realizados para esta zonificación (gráfico 2) se puede observar que tanto para el alojamiento como para la restauración la zona del litoral mantiene una intensidad mucho más elevada que para el resto de las zonificaciones, mientras que son los municipios rurales los que presentan valores más reducidos. Cabe destacar que la diferencia en los valores presentados por los municipios del litoral es mucho mayor en el indicador de intensidad turística respecto al territorio que respecto a la población, al contrario de lo que ocurre con los municipios rurales y naturales.

Gráfico 2. Indicadores de Intensidad Turística de Oferta sobre el territorio y sobre la población.



Fuente: SAETA a partir de datos RAT. Consejería de Turismo y Deporte.