





---

# Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía.

## Plan de Actuación 2000-2004

---



**SAETA**

SISTEMA DE ANALISIS Y ESTADISTICA  
DEL TURISMO DE ANDALUCIA



Consejería de Turismo y Deporte

© Consejería de Turismo y Deporte. 2000

Elaboración: SAETA

Equipo Técnico:

Inmaculada Gallego Galán

Susana Pilar Molina Jiménez

Ana Moniche Bermejo

M.<sup>a</sup> José Muñoz Supervielle

Maquetación e Impresión: Egondi Artes Gráficas, S.A.

I.S.S.N.: En trámite

Depósito Legal: ??-????-00

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	7
<b>Capítulo I. La Creación de un Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo en Andalucía .....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo II. Características generales del Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) .....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo III. Un Modelo para el Análisis Económico del Turismo de Andalucía .....</b>	<b>21</b>
III.1. Complejo Turístico de Andalucía .....	23
III.2. Cuentas Satélites de Turismo de Andalucía .....	26
<b>Capítulo IV. Conocimiento de la Demanda Turística .....</b>	<b>29</b>
IV.1. Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía .....	31
IV.1.1. Perfil del turista .....	33
IV.1.2. Segmentos Turísticos .....	33
IV.2. Colaboraciones con el Instituto de Estudios Turísticos .....	35
IV.3. Tráfico Aéreo. Información de AENA .....	37
IV.4. Investigación y Prospección de Mercados de Origen. Encuesta continua a Turoperadores .....	39
<b>Capítulo V. Análisis Prospectivo y Previsiones. Modelo de Generación de Previsiones de SAETA .....</b>	<b>41</b>
<b>Capítulo VI. Conocimiento de la Oferta Turística .....</b>	<b>47</b>
VI.1. Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas de Andalucía .....	49
VI.2. Índice de Actividad Turística de Andalucía .....	53
<b>Capítulo VII. Análisis Territorial del Turismo en Andalucía .....</b>	<b>57</b>

<b>Capítulo VIII. Publicaciones actuales del Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía .....</b>	<b>63</b>
INDICE DE SIGLAS .....	69
ANEXO ESTADÍSTICO .....	73

## INTRODUCCIÓN

El análisis del turismo en general, y el andaluz en particular, ha adolecido tradicionalmente de una base estadística limitada al conocimiento del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros, de la oferta de plazas existente y del grado de ocupación de las mismas. Se ha carecido, en cambio, de informaciones relativas a cuestiones tan trascendentales como el número total de turistas, gasto turístico, relaciones entre turismo y economía, etc. Por otra parte, también ha existido un distanciamiento proverbial entre el turismo y la Universidad, de forma que el sector también ha sido extraño al interés de los investigadores, dificultando la aparición de instrumentos de análisis adaptados a sus necesidades.

Este panorama se ha modificado de manera significativa en los últimos años. La Conferencia de Otawa propició un primer impulso a la normalización metodológica de las estadísticas de turismo y estableció líneas prioritarias de trabajo que han tenido su reflejo en las operaciones estadísticas iniciadas por organismos públicos e instituciones. También en los últimos años se ha producido un acercamiento definitivo de la Universidad al sector, apre-

cialable no sólo en la proliferación de tesis doctorales elaboradas desde distintas perspectivas disciplinarias, sino también en la progresiva implantación de las enseñanzas de turismo en las universidades andaluzas y en la cada vez mayor presencia de programas turísticos en los planes de estudios de distintas facultades. Puede afirmarse que, como resultado de todo ello, existe en estos momentos una demanda social de un mejor y más riguroso conocimiento del turismo.

El Proyecto SAETA (Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo en Andalucía) ha sido una de las respuestas a esta demanda de conocimiento. Inicialmente fue concebido como un proyecto que permitiera cubrir de una manera satisfactoria las necesidades básicas de información y análisis del turismo andaluz, teniendo en cuenta su condición de actividad económica y con este propósito se pusieron en marcha un conjunto de iniciativas que ha discurrido a través de una serie de caminos interconectados que pueden resumirse en los siguientes puntos:

1. Se han cubierto las necesidades fundamentales de información establecidas inicialmente mediante operaciones estadísticas que proporcionan datos económicos de la actividad y otros de carácter no económicos, pero igualmente imprescindibles para alcanzar un conocimiento suficiente de su funcionamiento. El dato básico es el número de turistas, a partir del cual se elaboran estimaciones de producción turística (valor de los bienes y servicios producidos en Andalucía para atender la demanda de los turistas) y gasto turístico. Entre los datos de carácter no económico se incluyen valoraciones de grado de satisfacción de la demanda y una amplia gama de variables que permiten tipificar con un considerable nivel de detalle al turista que visita Andalucía, así como analizar comportamientos y preferencias.
2. SAETA ha proporcionado un modelo de análisis del turismo como actividad económica que describe, a partir de la tabla input-output de Andalucía, el proceso de formación del producto turístico, los requerimientos de empleo asociados a dicho proceso y el volumen de rentas generadas. Igualmente, el modelo incluye una estimación del complejo turístico de Andalucía que permite cuantificar los efectos indirectos e inducidos en torno al turismo y consiguientemente las relaciones entre el turismo y el conjunto de la economía andaluza. En julio de 1999 se presentó por el Instituto de Estadística de Andalucía la tabla input-output de Andalucía correspondiente a 1995, lo que ha permitido la actualización del modelo y la renovación de las series temporales elaboradas hasta este momento.
3. Se ha puesto en marcha un modelo de predicción a corto plazo que toma como referencia las informaciones sobre previsiones de ocupación que proporcionan los hoteles y los datos anticipados de ocupación de los aeropuertos andaluces proporcionados por AENA. Igualmente se trabaja, aunque sin resultados satisfactorios hasta el momento, en modelos de predicción a un año.
4. SAETA ha elaborado una base de datos económicos conteniendo información relevante para el análisis del turismo referidas a nuestros principales países competidores y a los principales países emisores de turismo hacia Andalucía. Esta base de datos permite establecer mecanismos de seguimiento de la competitividad y, de hecho, entre el análisis de datos que difunde SAETA se incluyen estimaciones de cambios en la competitividad basados en la elaboración de tipos de cambio real para ambos grupos de países en los que el peso de cada uno de ellos se pondera con el volumen de visitantes a Andalucía. SAETA también mantiene, analiza y difunde una base de datos turísticos elaborada a partir de la información recopilada de las distintas instituciones que realizan este tipo de publicaciones, lo que permite establecer indicadores de comparación con otras Comunidades Autónomas.
5. También se ha beneficiado de la cooperación con la Universidad de Málaga y con el Instituto de Estadística de Andalucía. Con la primera, a través de un convenio para la dirección (en la persona del doctor Otero Moreno) y puesta en marcha del proyecto. Con el Instituto de Estadística, para la realización de la Encuesta de Coyuntura Turística. Hay que destacar igualmente el apoyo reci-



bido en todo momento del Instituto de Estudios Turísticos, dentro de un estrecho y permanente marco de colaboración sin el que difícilmente SAETA hubiera podido realizar su cometido. La Organización Mundial del Turismo y el Instituto Nacional de Estadística han sido igualmente instituciones a las que frecuentemente ha recurrido SAETA y en las que en todo momento se han encontrado apoyo a sus peticiones.

6. Por último, SAETA ha puesto en marcha un sistema para la difusión de sus resultados que opera a través de tres vías: una hoja de coyuntura mensual conteniendo los datos más significativos del movimiento hotelero, incluyendo una previsión de pernoctaciones y grado de ocupación a tres meses; el Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía en el que se recoge una buena parte de la base de datos que mantiene SAETA; y el Balance Turístico del Año, con los resultados principales de cada ejercicio y una amplia interpretación de los mismos. Igualmente los resultados de los trabajos de SAETA se difunden a través de una página web actualizada con periodicidad mensual.

No todos los objetivos de SAETA se han podido cumplir satisfactoriamente. Por un lado, porque el conjunto del sistema necesitaba reforzar sus instrumentos de seguimiento de la actividad en el corto plazo con otro indicador que operase desde el lado de la oferta. El Índice de Actividad Turística de Andalucía (INACTUR) tenía que satisfacer esta necesidad dentro de un nuevo convenio de colaboración con el Instituto de Estadística de Andalucía, sin que haya sido posible su puesta en marcha hasta el momento. Por otro lado, porque un enfoque adecuado del turismo exige un conjunto de variables de segmentación que no han podido satisfacerse con el tamaño de la muestra investigada. Los tests de consistencia estadística elaborados han aconsejado el actual formato de presentación de resultado en el que, sobre todo, se echa en falta un mayor detalle territorial de la información. Por último, el sistema adolece de un indicador de precios turísticos que hubiese permitido dotar de mayor consistencia y rigor a los análisis de competitividad que se elaboran.

El nuevo proyecto SAETA contempla la cobertura de estas deficiencias, así como una consoli-

dación definitiva de las operaciones iniciadas en la etapa finalizada. Es conocido que la puesta en marcha de nuevas operaciones estadísticas, especialmente aquellas que se alimentan de encuestas, necesitan de un largo período de implantación y rodaje antes de alcanzar los niveles de calidad que todos esperamos. La Encuesta de Coyuntura Turística se encuentra todavía en esta etapa y es previsible que todavía permanezca unos años antes de su consolidación. Pero el nuevo proyecto SAETA también incluye otros objetivos entre los que hay que destacar la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía (CSTA). Para valorar el alcance de esta operación habría que tener en cuenta que hasta el momento sólo un número muy reducido de países han conseguido su realización, que la metodología para su elaboración está todavía en fase experimental y que su culminación por parte de Andalucía significaría que seríamos pioneros en una iniciativa de estas características en un ámbito inferior al estatal. La CSTA supone, por lo tanto, un objetivo ambicioso, sólo al alcance de un número reducido de países y que necesitará contar con la colaboración decidida de los órganos estadísticos de la Comunidad Autónoma y de la Secretaría de Turismo. SAETA se plantea, no obstante, este reto entre sus objetivos inmediatos consciente del esfuerzo que va a suponer, pero también convencido de que su realización implicará el posicionamiento de Andalucía en la vanguardia de esta línea de investigación.

SAETA también se plantea desarrollar nuevos instrumentos de análisis, especialmente en el terreno de un mejor conocimiento de los principales segmentos turísticos que operan en Andalucía. Pero sobre todo SAETA aspira a convertirse a largo plazo en uno de los centros de investigación sobre el turismo de mayor prestigio a nivel nacional e internacional. En estos momentos, el proyecto SAETA ya constituye una referencia modélica para proyectos similares en otras Comunidades Autónomas e incluso fuera de España. Consolidar y profundizar esta situación exige iniciar nuevas líneas de trabajo en varias direcciones. En primer lugar, intensificando su presencia en congresos, seminarios y reuniones científicas internacionales. En segundo lugar, impulsando los contactos y las colaboraciones con instituciones de similar naturaleza, especialmente con el Instituto de Estudios Turísticos. En tercer lu-

gar, dotándose de la infraestructura necesaria para concentrar proyectos de investigación de alto nivel lo que significa, entre otras cosas, la creación de una amplia base documental y de información que aglutine el núcleo fundamental del conocimiento actual sobre el turismo. Por último desarrollando programas de apoyo a la investigación científica y de colaboración con las Universidades andaluzas, así como catalizar y difundir iniciativas investigadoras sobre el turismo a través de un programa de publicaciones periódicas.

Conviene señalar, por último, que el nuevo proyecto SAETA se integra, como una de sus partes fundamentales, en el más amplio proyecto de Centro de Difusión y Recepción del Turismo de Andalucía que Turismo Andaluz SA proyecta finalizar en

el plazo de un año. A nadie se le oculta que la información constituye uno de los pilares fundamentales del turismo y que la gestión eficaz de la misma exige cubrir una amplia gama de requisitos entre los que se encuentran la disponibilidad de un entorno tecnológico suficiente, rigor y profesionalidad en su elaboración y agilidad y actualización permanente de sus contenidos. SAETA ha sido concebido como un servicio al conjunto del sector y, en general, a los ciudadanos interesados en el conocimiento del turismo andaluz. Este es el espíritu con que se diseña el futuro de SAETA y la responsabilidad que se asume al iniciar esta nueva etapa.

Joaquín Auriolés Martín  
Director General de Planificación Turística.

# I

## LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DE ANÁLISIS Y ESTADÍSTICAS DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

Hace aproximadamente cuatro años y medio que la Dirección General de Turismo de la Junta de Andalucía se planteó modificar de forma sustancial el *estado de conocimiento* acerca del funcionamiento del sector turístico en Andalucía. El objetivo era impulsar una serie de trabajos estadísticos y de análisis que culminaron con la creación en Junio de 1995 del Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) formado por un equipo que se dedicará de forma exclusiva a la investigación de esta actividad.

La creación de un sistema de acopio, tratamiento y generación de información estadística y documental sobre el turismo en Andalucía, así como sobre las actividades más directamente relacionadas con el mismo se justifica por las necesidades de información que el sector turístico andaluz tenía y sobre todo por la no disponibilidad de estadísticas oficiales, con resultados homogéneos y metodológicamente correctos para el análisis del sector, demandadas tanto desde la propia administración autonómica como desde las instituciones docentes o el sector privado.

Así, el Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) se creó con el objetivo de realizar un sistema de información estadísti-

ca sobre el turismo de Andalucía que fuera armónico, homogéneo e integrado.

Armónico, en el sentido de que las unidades y las operaciones se definan en los mismos términos para el conjunto del sistema, es decir, que la información se presenta de acuerdo con conceptos, definiciones, clasificaciones y normas internacionales.

Homogéneo, en el sentido de que los contenidos informativos son comparables y agregables de manera que permita la integración de la información turística en el conjunto de las estadísticas sociales y económicas, tanto a escala nacional como internacional.

Integrado, en el sentido de que las magnitudes de síntesis que se forman por la confluencia de las distintas informaciones parciales tienden a la composición de un sistema de cuentas regionales y constituyen un sistema integrado de indicadores.

La consolidación del proyecto SAETA es fruto de la experiencia obtenida después de un período de implantación de aproximadamente cuatro años donde el objetivo principal ha sido proporcionar y generar información estadística y documental sobre el turismo.

Para alcanzar este propósito final el primer objetivo que se planteó fue la investigación de las principales fuentes de información estadística que pudieran proporcionar datos de interés sobre el sector turístico para nuestra región. De esta manera se establecieron los primeros contactos con los tres grandes centros de información en el ámbito nacional e internacional, sobre el turismo: la Organización Mundial del Turismo, el Instituto Nacional de Estadística y el Instituto de Estudios Turísticos. Asimismo, se realizó una recopilación de información complementaria para el análisis del turismo proporcionada por organismos como AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea), OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico), FMI (Fondo Monetario Internacional), etc.

A nivel de la Comunidad Autónoma andaluza, los organismos que proporcionan información relevante para el análisis del turismo son el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) y la propia Consejería de Turismo y Deporte. Respecto al primer caso, las

relaciones con el IEA han sido fluidas y frecuentes desde el nacimiento de SAETA como proyecto, llegando a colaborar estrechamente en la puesta en marcha de la Encuesta de Coyuntura Turística, fuente que proporciona información de base sobre la demanda turística para todas las actuaciones presentes y futuras de SAETA.

Respecto a la información proporcionada por la propia Consejería, el Servicio de Empresas y Actividades Turísticas, dependiente de la Dirección General de Planificación Turística de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía mantiene el Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas y SAETA comienza a proporcionar información, sobre la oferta turística andaluza, procedente de este registro administrativo desde el año 1997.

De esta manera, se inicia una fase de acopio, clasificación y gestión de la documentación relativa al sector así como la creación y mantenimiento de bases de datos estadísticos y administrativos con relación directa o indirecta con el turismo andaluz, poniendo toda esta información a disposición de agentes, tanto públicos como privados, para facilitar en lo posible tanto la evolución como la planificación y promoción de este sector económico estratégico para el desarrollo económico de Andalucía.

Una vez que se establecieron las principales fuentes de información de las que se nutre SAETA se plantea la necesidad de avanzar 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.

En el tiempo transcurrido se ha conseguido crear un cuadro de instrumentos lo suficientemente rico como para permitir el seguimiento del comportamiento del sector pero, no obstante, existen iniciativas que han surgido en su desarrollo y que se encuentran todavía en sus primeras etapas de consecución. Para el desarrollo de estas nuevas necesidades de información y el mantenimiento de la ya existente SAETA desde el 1 de Julio de 1999 se ha consolidado dentro de Turismo Andaluz S.A. perteneciente a la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.

## II

# CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SISTEMA DE ANÁLISIS Y ESTADÍSTICA DEL TURISMO DE ANDALUCÍA (SAETA)



El objetivo genérico de SAETA es convertirse en un instrumento al servicio de la Comunidad Autónoma para el mejor conocimiento de cómo es, cómo funciona la actividad turística en Andalucía y cual es su aportación a la formación de las grandes magnitudes económicas de la región (valor añadido, empleo, etc.). La obtención de dicho objetivo pone en marcha las siguientes líneas de trabajo:

1. Cubrir las **necesidades básicas de información estadística**, bien a través de recopilación de la información estadística y documental existente o bien elaborando estadísticas propias sobre aspectos de especial trascendencia para el conocimiento del turismo en Andalucía.
2. Conocer el **impacto del turismo en la economía regional** a través de la creación de un método de análisis que permita establecer las relaciones entre el turismo como actividad económica y el conjunto de la economía andaluza, con especial referencia al impacto del turismo sobre la formación de los principales agregados económicos de Andalucía.
3. **Análisis prospectivo y previsiones** a través de modelos de predicción cuantitativa que nos permita anticipar la evolución de la demanda a corto y medio plazo.

Algunas tareas programadas para la obtención de dichos objetivos han sido cubiertas por SAETA y tan solo se plantea en la actualidad su continuidad y actualización; otras que fueron planteadas en su inicio, aún se encuentran en fase de desarrollo y finalmente la evolución del propio Sistema así como la demanda de información del sector en determinados aspectos han supuesto nuevas tareas a desarrollar por parte de SAETA.

En el figura II.1 se resume esquemáticamente las tareas que conllevan las distintas líneas de trabajo planteadas en SAETA, especificándose en cada caso si se trata de tareas consolidadas, en fase de desarrollo o de nueva realización.

A continuación se exponen brevemente las tareas planteadas para la consecución de los principales objetivos que persigue SAETA.

## 1. Necesidades básicas de información estadística

El análisis tradicional que venía haciéndose sobre el sector se basaba en la información elaborada por el Instituto Nacional de Estadística a través de su encuesta de «Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros» que proporciona una serie homogénea y considerablemente larga sobre las principales variables de demanda (viajeros y pernoctaciones) y de oferta (establecimientos hoteleros y plazas). Pese a la utilidad de esta estadística, que en la actualidad es la única que nos permite analizar la evolución del turismo en Andalucía, hay que tener en cuenta que sólo cubre parte de la oferta turística, los hoteles.

El soporte estadístico para el análisis del sector turístico en Andalucía adolece de graves carencias que desde SAETA han sido parcialmente cubiertas. Las necesidades mínimas se refieren a la determinación del número de turistas, la demanda que realizan y cómo la oferta cubre las necesidades de dicha demanda.

Dentro de este marco se encuadra la recopilación y tratamiento de la información turística que nos permita realizar un seguimiento de la coyuntura global del sector y que establece la base para el análisis económico del turismo en Andalu-

cía y la creación de un modelo de generación de previsiones.

Lo expuesto justifica la nueva aparición de encuestas que cubran por completo el conocimiento del sector, tanto en el ámbito nacional, con las encuestas de Movimiento Turístico en Fronteras (**FRONTUR**) y Movimiento Turístico de los Españoles (**FAMILITUR**) realizadas por el Instituto de Estudios Turísticos, como en el ámbito regional con la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (**ECTA**) realizada por el Instituto de Estadística de Andalucía que ha supuesto una mejora sustancial de la información sobre la demanda turística.

Estas encuestas nos permiten conocer con mayor exactitud la demanda turística de Andalucía. En concreto a partir de la ECTA se ha logrado medir el gasto turístico, siendo éste uno de sus principales objetivos además de la caracterización de los turistas y el grado de satisfacción de los mismos ante los servicios percibidos durante su estancia en Andalucía, con información específica sobre lealtad y repetición.

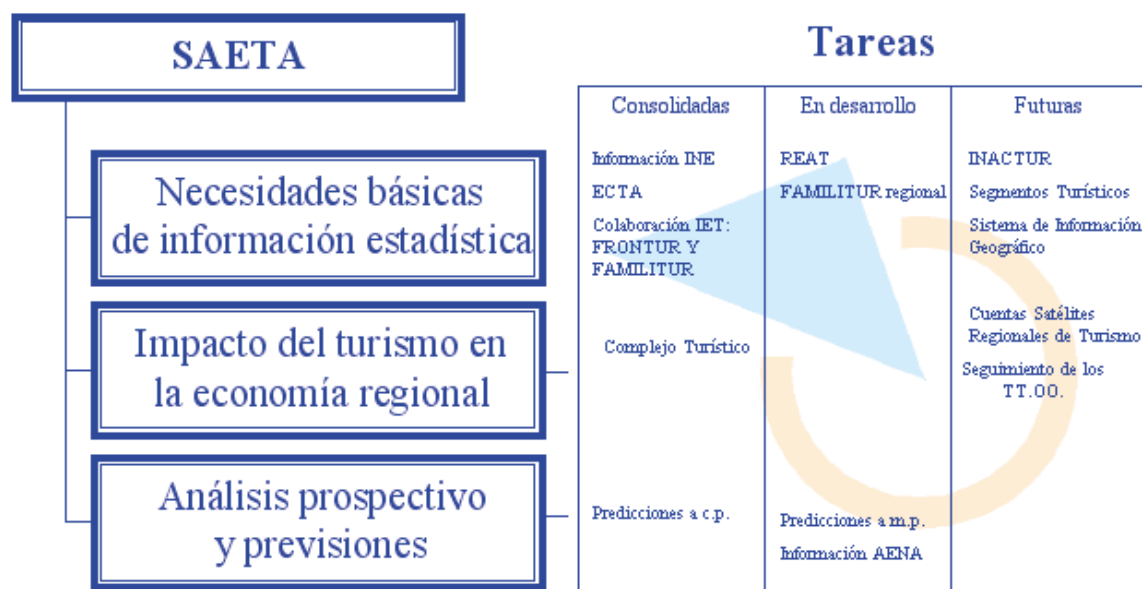
Pese a que la ECTA cubre las necesidades globales de información sobre demanda, no proporciona información con un determinado nivel de desagregación ya sea por segmentos de mercado o territorialmente. Esta demanda de información cada vez más importante ha hecho que SAETA se plantee como uno de sus objetivos futuros el estudio de los **Segmentos Turísticos** así como el conocimiento territorial del turismo en Andalucía a través de un **Sistema de Información Geográfico**.

Además de la demanda existe otro gran aspecto que conforma el mercado turístico: la oferta, definida como el conjunto de bienes o servicios que las empresas ofrecen para satisfacer la demanda turística. En relación al conocimiento estadístico de esta magnitud cabe destacar la importante labor que en cuanto a ordenación y control se está llevando a cabo desde el Estado y las Autonomías a través de los registros administrativos, los que proporcionan abundantes datos sobre número de establecimientos, categorías, ubicación, capacidad, etc. En Andalucía se contempla toda esta información a través del Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (**REAT**) gestionado por la Consejería de Turismo y Deporte.



■ FIGURA II.1

### *Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía*



No obstante, para un análisis de evolución del mercado turístico andaluz se plantea la necesidad de montar una operación específica a través de un indicador de producción referido a los agentes que conforman la oferta de hospedaje, restauración y servicios complementarios. Satisfacer esta necesidad es precisamente el objetivo del Índice de Actividad Turística de Andalucía (**INACTUR**), tarea futura de SAETA en colaboración con el Instituto de Estadística de Andalucía.

## **2. El impacto del turismo en la economía regional**

El turismo se configura en Andalucía como un sector estratégico para la economía, no sólo por su dimensión cuantitativa, sino también por su condición de actividad heterogénea que se nutre de un conjunto diverso de ramas productivas para satisfacer la demanda turística. Esta diversidad y amplia relación productiva determinan al turismo como una de las actividades con mayor capacidad de generación de renta y empleo.

La explicación de cómo el turismo encaja en el conjunto de la economía andaluza y las relaciones que se establecen con el resto de las actividades productivas de la región se ha realizado por SAETA a través del denominado **Complejo Turístico de Andalucía** basado en el modelo input-output.

Desde la perspectiva de Andalucía y teniendo en cuenta tanto el desarrollo actual del proyecto SAETA, como el planteamiento del marco input-output andaluz para 1995, se puede abordar la elaboración de unas **Cuentas Satélites Regionales de Turismo** que además de actualizar la metodología de trabajo nos proporcionará un conjunto de nuevas tablas que mejorarán el esquema de análisis actual.

El desarrollo de unas Cuentas Satélites Regionales tendrá un carácter gradual ya que en la actualidad no se dispone de información de muchos de los aspectos que se consideran y esto implica la realización de nuevas tareas por parte de SAETA, algunas de las cuales se desarrollan en este documento (**Encuesta continua a Turoperadores**) y otras serán planteadas en el futuro en función de las necesidades propias del trabajo.

La realización de unas Cuentas Satélite Regionales nos proporcionará un marco de análisis económico muy amplio que nos permitirá el mejor conocimiento de la actividad turística en Andalucía. Además, la realización a partir de una metodología común establecida por la OMT acerca de la estructura básica de las cuentas nos permitirá tener un instrumento de comparabilidad internacional.

### 3. Análisis prospectivo y previsiones

Las predicciones poseen un marcado interés para los gestores del sector, ya sean públicos o privados. Se hace cada vez más imprescindible el disponer de instrumentos que modelen el comportamiento de la demanda en el medio y corto plazo, que complementen la información estadística disponible y ayude a los gestores a la toma de decisiones.

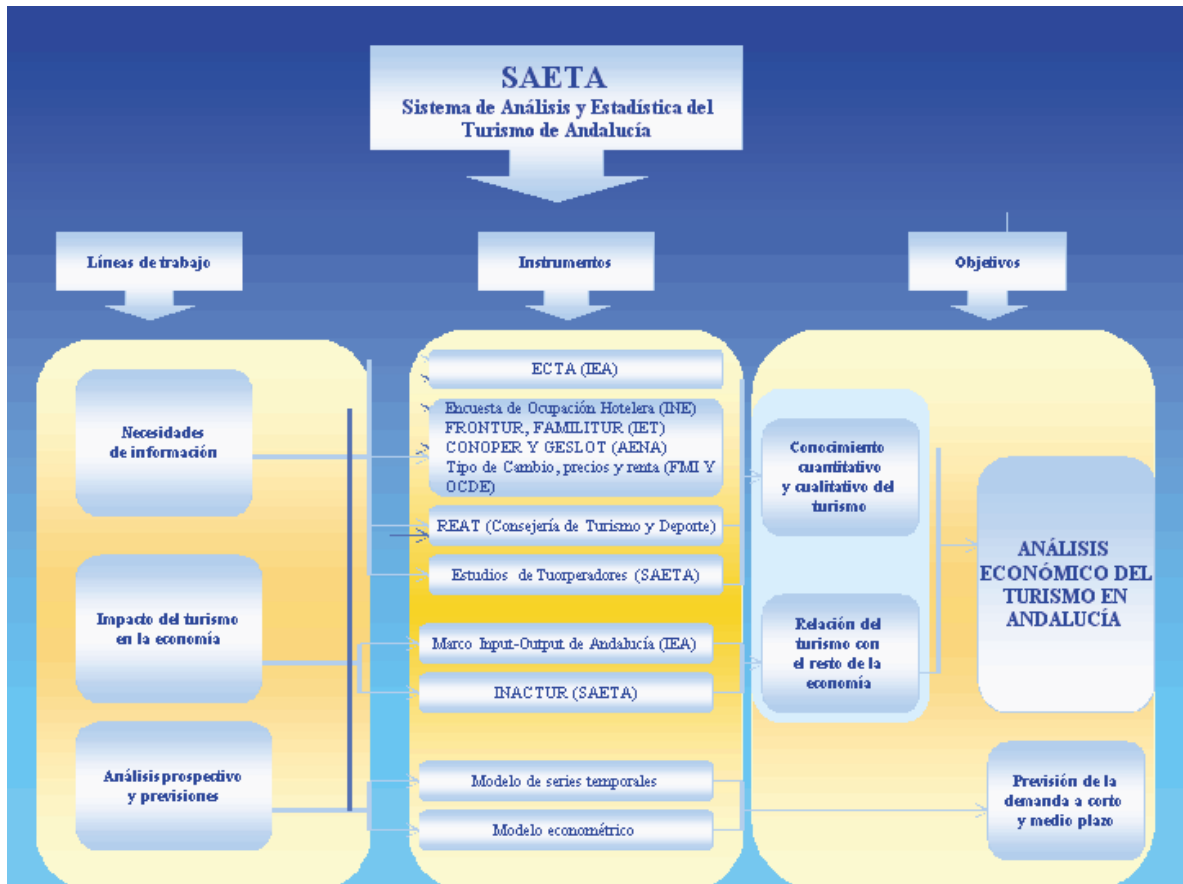
SAETA está trabajando en la realización de un modelo econométrico que cuantifique los efectos sobre la demanda turística de variables tales como la renta de los países emisores de turismo hacia Andalucía, los tipos de cambio y los diferenciales de precios que pese a sus limitaciones (no disponer de índices de precios nacionales e internacionales de servicios turísticos y desconocimiento so-

bre el comportamiento de las variables intangibles - gustos, modas, etc.-) nos permitirá conocer a **medio plazo** como afectaría una variación económica a la demanda turística de Andalucía.

Actualmente se encuentra en funcionamiento un modelo de predicción a **corto plazo**, que ofrece datos para los tres meses siguientes al mes de referencia sobre el grado de ocupación hotelera de Andalucía y provincias así como de otras variables relacionadas (pernoctaciones y plazas). Se utiliza un modelo ARIMA junto información complementaria relativa a la reserva de vuelos proporcionada por **AENA**.

Los resultados se publican en el Informe Mensual de Coyuntura Turística de Andalucía y vienen siendo satisfactorios cuando se refieren al conjunto de Andalucía y a las zonas de mayor intensidad turística como el caso de la provincia malagueña.

SAETA en todo su planteamiento, tiene como finalidad última el convertirse en la referencia básica de información para todos aquellos agentes (públicos y privados, andaluces y no andaluces) interesados en el conocimiento de aspectos parciales o genéricos del turismo regional, en definitiva en ser un instrumento útil a la sociedad andaluza.







UN MODELO PARA  
EL ANÁLISIS  
ECONÓMICO DEL  
TURISMO EN  
ANDALUCÍA



### **III.1. Complejo Turístico de Andalucía**

Un complejo industrial se define como un conjunto de actividades entre las que se establecen unas relaciones de compras y ventas. El complejo permite identificar el proceso de formación de las actividades dominantes (en este caso es el turismo) y el grado de dependencia que existe entre las mismas. Al mismo tiempo informa del volumen de actividad inducida por el turismo en otras ramas productivas y, por extensión, en el conjunto de la economía regional.

Para elaborar el complejo turístico se parte de la Tabla Input-Output de Andalucía, esta operación refleja la estructura económica de la Comunidad Andaluza en un período determinado, cuantificando los flujos económicos que se producen entre los distintos agentes que conforman una economía en un período de referencia.

Una Tabla Input-Output está compuesta por tres matrices fundamentales:

1. Matriz de relaciones intersectoriales: Recoge los intercambios que se producen entre los distintos sectores productivos de una economía.

2. Matriz de inputs primarios: Muestra para cada rama productiva la remuneración de los factores de producción, el excedente neto empresarial, las amortizaciones y los impuestos sobre la producción, una vez deducidas las subvenciones de explotación.
3. Matriz de demanda final: Permite conocer los consumos finales de los bienes y servicios producidos o importados por una economía.

La Tabla Input-Output se confecciona en Andalucía cada cinco años por ser una operación de gran envergadura y por considerarse que en este período de tiempo la estructura productiva de una economía no sufre grandes alteraciones.

El Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía viene calculando el impacto económico del turismo a través del Modelo Input-Output considerando las últimas Tablas disponibles para el período de referencia.

La metodología aplicada se desarrolla, a continuación, estructurada según los siguientes epígrafes:

1. Producción Turística
2. Impacto económico.
  - Sobre la producción
  - Sobre empleo

### 1. Producción turística.

Se define como producción turística en Andalucía, aquella que es necesaria para satisfacer la demanda del turista no residente en la Comunidad andaluza.

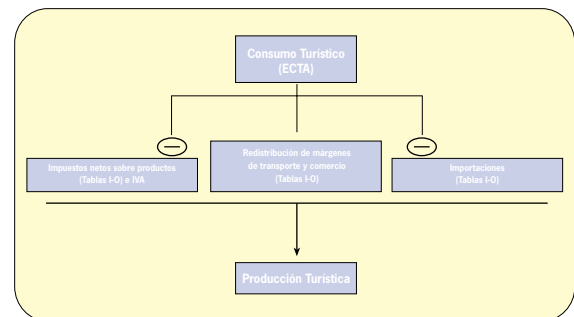
La estimación de la producción puede realizarse desde distintas ópticas (rentas, oferta y demanda). En turismo, un bien o servicio adquiere la característica de turístico en función de quien lo consume y no de las características intrínsecas de los mismos ya que los sectores que producen estos bienes y servicios turísticos no realizan una actividad dirigida exclusivamente a los turistas sino que va dirigida a toda la población. Por ello la producción turística se estima a través de la demanda.

En Andalucía se cuenta con la Encuesta de Cointura Turística de Andalucía que proporciona in-

formación sobre el gasto realizado por los turistas en la Comunidad andaluza (consumo no residente), facilitando así tanto la cifra de partida para el cálculo de esta magnitud como la distribución de este gasto entre las distintas ramas productivas.

Para llegar a la producción partiendo del vector de consumo del no residente se acude a la Tabla Input-Output de Andalucía, herramienta que proporciona la valoración de las importaciones, de los impuestos netos que gravan los productos, del IVA y de los márgenes comerciales y de transporte, magnitudes que hay que deducir del consumo para llegar al concepto de producción, tal y como se muestra en la figura III.1.

FIGURA III.1



### 2. Impacto económico (Figura III.2)

La repercusión económica que se deriva de la generación de nuevas actividades en una economía o del impulso de las ya existentes se denominan impactos, los cuales pueden darse bien a corto plazo o bien a largo plazo.

En turismo, los impactos a corto plazo son los que se derivan del consumo de los no residentes en la Comunidad andaluza durante un período determinado. SAETA para su cálculo utiliza el Modelo Input-Output, evaluando a través de este instrumento metodológico el impacto económico sobre dos magnitudes de interés: Producción y empleo.

A largo plazo el turismo produce otros efectos económicos sobre la Comunidad que son muy difíciles de cuantificar. Este es el caso del impacto que tendría en la economía la construcción de un nuevo aeropuerto o el efecto que el turismo puede generar a largo plazo en los distintos sectores eco-



nómicos (actividades inmobiliarias, financieras, alimentación, etc.) en una región turística.

- *Impacto económico sobre la producción*

Como ya se ha apuntado, el turismo produce un impacto sobre la economía de un determinado territorio a corto plazo como consecuencia de que un incremento de demanda de bienes y servicios, el que en un momento determinado se efectúa por parte del turista no residente.

Un incremento de consumo genera un mayor esfuerzo en la maquinaria productiva de una economía provocando un aumento en la producción de aquellas ramas de actividad sobre las que directamente recae

ración de este impacto. Este procedimiento se extrae de la expresión matricial del Modelo  $Y = [I - A]^{-1} * D$ , sustituyendo  $D$  por un vector de demanda turística.

Donde:

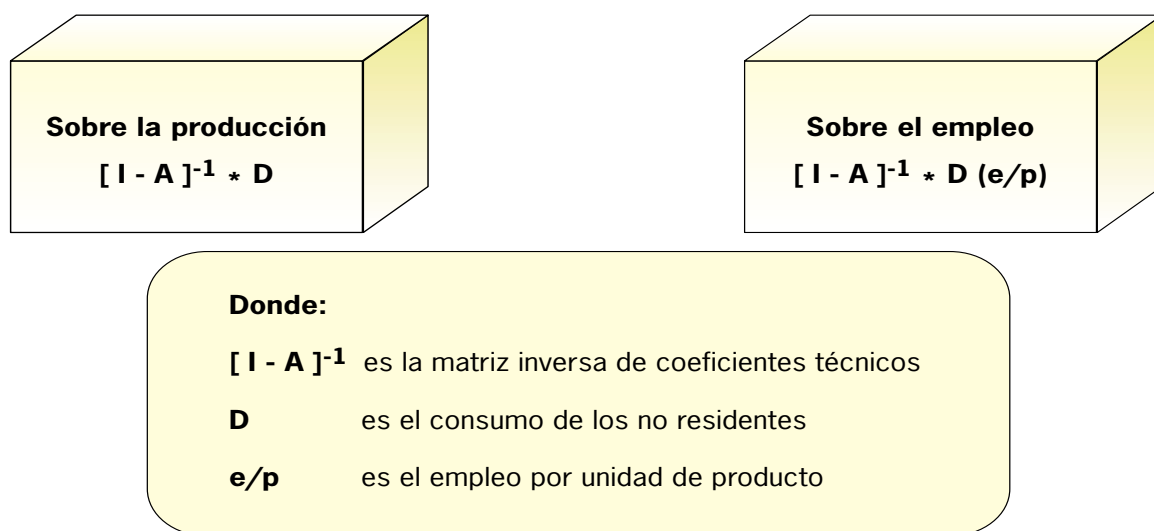
$Y$  es el vector de producción;

$[I - A]^{-1}$  es una matriz cuadrada inversa de coeficientes técnicos que explica como la producción de la economía atiende a la demanda de los sectores finales;

$D$  es la demanda final de la economía.

■ FIGURA III.2

## Impactos económicos del turismo



ese consumo turístico (efecto directo), ramas que al tener que incrementar su producción necesitarán abastecerse de otras que verán incrementada su actividad (efecto indirecto). De la suma de estos efectos resulta el impacto económico que sobre la producción andaluza tiene el turismo.

Para calcular este impacto se acude al Modelo Input-Output. A través del producto de la matriz inversa de coeficientes regionales, es decir  $[I - A]^{-1}$ , y del vector de producción turística se obtiene la valo-

- *Impacto económico sobre el empleo*

Todo incremento de consumo conlleva un incremento de producción que genera puestos de trabajos. Para conseguir una estimación ajustada de las necesidades de empleo en que incurre la economía andaluza para atender la demanda de los turistas se utiliza el Modelo Input-Output de Andalucía. El procedimiento identifica el empleo generado por el turismo como aquel que es necesario para producir lo que demandan los turistas.

Para calcular el volumen de empleo que genera la actividad turística se calcula el vector  $e/p$  que proporciona los requerimientos directos de empleo por unidad de producto. A través del producto de este vector por la matriz  $[I - A]^{-1}$  y por el vector de demanda turística se obtiene el empleo generado por la actividad del turismo en Andalucía.

Como las tablas input-output en Andalucía se elaboran cada cinco años, las cifras de esta variable, que se obtienen con la metodología desarrollada anteriormente, se corrigen en función de las variaciones de productividad del empleo de Andalucía.

### **III.2. Cuentas Satélites de Turismo de Andalucía**

La realización de un Sistema de Cuentas Satélite Regionales del Turismo se justifica en la necesidad de obtener la información imprescindible para acometer un análisis económico del turismo.

El turismo es un fenómeno fundamentalmente de demanda, debido a que la condición de turístico se obtiene desde el punto de vista del que demanda el bien o servicio, pero para llegar a su conocimiento desde un punto de vista económico es necesario analizar como se lleva a cabo la aproximación de la demanda y de la oferta. Esto requiere de una información detallada de la estructura de abastecimiento de la demanda en valor de los servicios prestados y percibidos y la definición de un marco contable que integre las relaciones entre unidades residentes y no residentes.

Por el lado de la demanda de servicios turísticos, es conveniente la diferenciación entre la demanda regional (servicios adquiridos en el exterior o en el interior por residentes en la región) y la demanda interior (servicios de residentes y no residentes en la región). Esta diferenciación permite llegar al concepto de Producto Interior Bruto generado por la actividad turística, que se definiría como la suma del valor añadido de cada rama de actividad económica a las que el visitante acude para satisfacer sus necesidades y el importe de los impuestos netos sobre los productos.

A su vez, es preciso identificar las rentas generadas por las unidades económicas de producción y la distribución de éstas en forma de remuneración de asalariados.

Las Cuentas Satélites del Turismo proporciona una serie de tablas, cuentas y operaciones que permiten cuantificar la actividad económica del turismo y su relación con el resto de las actividades de una economía.

Con la aparición del Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas (SCN 93) que integra un capítulo sobre Cuentas Satélites se pone en marcha por parte de la OMT la elaboración de un documento metodológico para llevar a cabo la realización de unas Cuentas Satélites de Turismo. En el desarrollo de este documento han colaborado diferentes Instituciones Internacionales como la OCDE, Naciones Unidas, Eurostat e Institutos Nacionales de Estadística de diferentes países.

El Instituto de Estudios Turísticos emprende la realización de las Cuentas Satélites de Turismo para España y Andalucía reconociendo la importancia de esta operación, decide poner en marcha el proyecto para la Comunidad andaluza.

Debido al interés mostrado por otras Comunidades Autónomas en el conocimiento económico del turismo se crea un grupo de trabajo entre el Instituto de Estudios Turísticos y las Comunidades Autónomas, grupo con el que se debatirá los aspectos relacionados con este tema para aplicar definiciones y metodologías comunes con el fin de la comparabilidad regional de magnitudes.

La mayoría de la información que requiere un Sistema de Cuentas Satélites Regional se recoge en la Tabla Input-Output regional. Andalucía ha publicado recientemente el Marco Input-Output para 1995 siguiendo la metodología del nuevo Sistema de Cuentas Nacionales de la Unión Europea (SEC 95). Es por ello que Andalucía cuenta con la información básica para acometer la elaboración de un Sistema de Cuentas Satélites.

Si bien se dispone de la información de base para afrontar este proyecto (Tabla I-O de Andalucía y el actual estado de desarrollo de proyecto SAE-

TA), también hay que puntualizar que existen lagunas tanto de información como en cuanto al tratamiento de la misma. A continuación se exponen según se refieran a la oferta o demanda turística.

### **Oferta turística**

El Sistema de Cuentas Satélites contempla una clasificación de los productos, distinguiendo entre productos **característicos**, productos **conexos** (ambos conforman los productos **específicos**) y productos **no específicos**.

**Productos característicos:** Se definen como aquellos que en ausencia del turismo dejarían de existir en cantidad significativa, o el consumo se vería sensiblemente disminuido. La OMT propone una lista de productos característicos compuesta por: alojamiento, servicios de provisión de alimentación y bebida, transporte de pasajeros, alquiler de transporte, servicios culturales, servicios recreativos y otros entretenimientos, agencias de viajes, turoperadores y servicios de guía turísticos.

Sólo se consideran servicios porque las Cuentas Satélites se centran fundamentalmente en el comercio al por menor de los bienes adquiridos y no en su producción, debido a la gran diferencia que hay en cuanto a los bienes adquiridos por los visitantes según los países y lugares visitados y por las dificultades que tienen los países en identificar los productos adquiridos.

Con la documentación utilizada para elaborar el Marco Input-Output de Andalucía se puede obtener información relativa sobre casi todos los productos característicos. Información que debe completarse en el caso de turoperadores y de la oferta del producto *paquete turístico* y para el caso de viviendas de alquiler y gratuitas. En referencia a los turoperadores y paquete turístico, SAETA en colaboración con el INE e IET pretende poner en marcha una encuesta de seguimiento que proporcionará información tanto sobre los márgenes con los que se opera, como de composición del paquete turístico, proporcionando incluso información sobre los ingresos que se revierten en Andalucía; y en el caso de viviendas de alquiler y gratuitas, se obtiene información a través de la ECTA y mediante el Censo de Población y Vivienda con el que se puede conocer el parque de segundas viviendas y de uso potencialmente turístico.

**Productos conexos:** Son aquellos que los visitantes consumen en cantidades significativas bien desde la óptica del propio visitante o proveedor. La elección de estos productos queda libre al juicio de la economía que elabora las Cuentas ya que en ellos se encuentran aquellos bienes que se caracterizan por ser típicos de la actividad turística de cada país o región.

Al igual que en los bienes característicos las Cuentas Regionales de Andalucía, Tabla I-O 1995, permiten obtener la información necesaria para completar las tablas de oferta en cuanto a estos bienes se refieren.

**Productos no específicos:** Son aquellos que, sin tener la importancia relativa de los anteriores, demandan los visitantes y por tanto forman parte del gasto turístico.

### **Demanda turística**

Según el Marco Conceptual de la Cuentas Satélites del Turismo, se define **el consumo turístico** como el gasto total de consumo efectuado por un visitante, o por cuenta de un visitante, **para y durante** su viaje y su estancia en el lugar de destino.

Por lo tanto, el consumo turístico, según el Marco Conceptual de Cuentas Satélites, incluye:

- todo el gasto realizado **durante los viajes** en un territorio, sin considerar la naturaleza del bien o servicio, mientras que se trate de un bien y un servicio de consumo;
- todo el gasto de consumo de servicios (vacunación, pasaportes, etc.) y pequeños objetos de uso personal o llevados consigo como regalos, adquiridos **antes** del viaje, siempre que su utilización esté claramente vinculada a un viaje;
- todo el gasto en consumo de bienes y servicios efectuados **después** del viaje y claramente relacionado con él.

Actualmente el Instituto de Estadística de Andalucía lleva a cabo la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía que recoge información sobre el consumo turístico en Andalucía. Este instrumento permite el conocimiento del gasto realizado por el turista durante el viaje y en su país de residencia.

Esta encuesta podría utilizarse sometiéndola a modificaciones en cuanto a la estructura del vector de gasto, persiguiendo una descomposición del mismo acorde con la clasificación anteriormente descrita en cuanto a bienes específicos y no específicos. Además esta encuesta proporciona el gasto en turismo en Andalucía del turista, residente en la Comunidad y el no residente, cubriendo así las necesidades de información sobre el **consumo turístico interior** (consumo turístico interno y consumo turístico receptor).

Para conocer el **consumo interior turístico** (consumo turístico interior y parte interior del consumo turístico emisor de Andalucía), solo se requeriría tener información sobre la parte interior del consumo turístico emisor de Andalucía, para ello se puede utilizar la Encuesta de Presupuestos Familiares que lleva a cabo el Instituto Nacional de Estadística, este Organismo va a poner en marcha dentro de esta encuesta un módulo de turismo que proporcionará la información sobre el consumo turístico de los andaluces. Para obtener información sobre el volumen de visitantes emisores de Andalucía se cuenta con la operación FAMILITUR regional que desde el Instituto de Estudios Turísticos se ha puesto en marcha.

En cuanto al **consumo turístico regional**, que comprende tanto el consumo turístico interno como todo el consumo turístico emisor de visitantes residentes independientemente de dónde se efectúe este gasto, con la información de la que se dispone actualmente sólo habría carencia del conocimiento del consumo emisor, pero como se comentaba anteriormente se podría conocer a través del módulo de turismo que se va a poner en marcha en la Encuesta de Presupuestos Familiares.

Desde el lado de la demanda, actualmente no se posee información sobre el consumo de los excursionistas ya que la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía solo proporciona información sobre el gasto de los turistas, es decir de aquellos visitantes que pernoctan en Andalucía, por lo que habría que realizar un esfuerzo para obtener información en este sentido.

Una vez analizada la necesidad de información tanto por el lado de la oferta como de la demanda turística, se puede decir que Andalucía cuenta en la actualidad con algunos pilares básicos que pueden permitir abordar un proyecto de este tipo.

## ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	Cuentas Satélites de Turismo de Andalucía
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas de Andalucía (SAETA) con la colaboración del Instituto de Estadística de Andalucía.
<b>Objetivos:</b>	Análisis económico del Turismo en Andalucía.
<b>Fuentes:</b>	Contabilidad Regional de Andalucía (Tabla Input-Output). Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. Encuesta de Presupuestos Familiares. Censo de Población y Viviendas. Encuesta a Turoperadores. FAMILITUR Regional. Otras.
<b>Plazo de ejecución:</b>	Largo plazo

# IV

## CONOCIMIENTO DE LA DEMAN- DA TURÍSTICA



## **IV.1. Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía**

La importancia del turismo en la economía andaluza es reconocida por todos y así ha quedado patente en los informes anuales que SAETA ha venido elaborando en estos años y donde se pone de manifiesto que el turismo supone para 1998 el 12 % del VAB.

La demanda turística está formada por las personas que tienen la condición de turistas según la definición de la Organización Mundial de Turismo. Éstos se desplazan de su lugar de origen y adquieren una serie de bienes y servicios en el punto de destino.

La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía persigue un acercamiento al conocimiento del comportamiento de la demanda turística. Esta encuesta permite obtener información tanto cuantitativa como cualitativa del turismo en Andalucía.

El objetivo fundamental de esta encuesta es medir el gasto de los no residentes y turistas en la Comunidad Autónoma andaluza.

Se viene realizando por el Instituto de Estadística de Andalucía, que es el Organismo más adecuado para llevar a cabo este proyecto por su experiencia y capacidad técnica. SAETA recibe los resultados de la encuesta en soporte magnético para

después explotarla y realizar los análisis pertinentes sobre la demanda turística, además de colaborar como apoyo técnico. Esta encuesta se puso en marcha en 1995, y sus primeros resultados vieron la luz en 1997, año en el que se publicaron los resultados correspondientes a 1996.

La Encuesta de Coyuntura Turística es una encuesta de carácter continuo con periodicidad trimestral que se circunscribe geográficamente a la Comunidad Autónoma de Andalucía y se lleva a cabo a través de una entrevista personal al turista.

Como se ha comentado, esta encuesta trata de medir la evolución del gasto de los no residentes y el de los turistas andaluces que se desplazan en su propia Comunidad. Para poder determinar los desplazamientos turísticos en la misma Andalucía, ésta se ha dividido en 25 zonas (véase tabla IV.1) que cubren todo el territorio andaluz, a través de la instalación de puntos encuestación en cada una de las zonas. De esta forma se considera turista a toda aquella persona que siendo no residente en la Comunidad andaluza la visita, pernocta al menos una noche y siendo el motivo del desplazamiento distinto al de realizar una actividad que se remunere en lugar visitado, además de aquellas personas que, siendo residentes en Andalucía, se desplazan a una zona distinta a la de su residencia y que cumple con las características ya especificadas para el no residente.

■ **TABLA IV.1**

Provincia	Zonas
Almería	Levante almeriense Poniente almeriense Almería capital Resto de la provincia de Almería
Cádiz	Costa de la Luz Campo de Gibraltar Cádiz capital Jerez Resto de la provincia de Cádiz
Córdoba	Córdoba capital Resto provincia de Córdoba
Granada	Costa tropical

	Granada capital Resto provincia de Granada
Huelva	Costa de la Luz Huelva capital Resto provincia de Huelva
Jaén	Jaén capital Resto provincia de Jaén
Málaga	Costa del Sol Occidental Costa del Sol Oriental Málaga capital Resto provincia de Málaga
Sevilla	Sevilla Resto provincia de Sevilla

En cuanto a la determinación de la muestra, por no conocer la población objeto de estudio, se consideran como variables de estratificación la zona y la nacionalidad que ofrece la Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros.

El tipo de muestreo es estratificado en dos etapas con afijación proporcional dentro del estrato. Siendo en la primera etapa la zona la variable de estratificación y en la segunda etapa la nacionalidad, distinguiendo entre españoles y extranjeros.

Por no disponer de datos poblacionales para estos estratos, el tamaño de la muestra se determina para el total de la población y del año distribuyéndola como ya se ha indicado en función de la Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros (INE).

Dado que el comportamiento de los turistas no es el mismo según se aloje o no en establecimientos hoteleros, se corrige el sesgo con la información de segundas viviendas que ofrece el Censo de Población y Vivienda (INE).

El proyecto de llevar a cabo esta encuesta en Andalucía se abordó con la intención de obtener representatividad en los resultados referentes a la Comunidad en su conjunto así como por provincias. Tras llevar realizando la encuesta varios años se ha planteado la necesidad de obtener resultados representativos por zonas, debido al interés tanto del



sector privado como público por conocer el tipo de turismo que demanda cada zona y así poder emprender políticas tanto de promoción como de planificación turística.

Debido al persistente interés por el conocimiento del turismo por zonas, a partir del mes de Enero del año 2000, el IEA ampliará la muestra de encuestación.

ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA	
<i>Cobertura</i>	Turistas residentes o no residentes en Andalucía
<i>Periodicidad</i>	Encuesta continua con periodicidad trimestral
<i>Tamaño muestral</i>	9.000 encuestas
<i>Diseño muestral</i>	Estratificado en dos etapas con afijación proporcional dentro del estrato
<i>Modalidad de encuestación</i>	Entrevistas a personas no residentes o turistas residentes en la Comunidad andaluza.

#### IV.1.1. Perfil del turista

La Encuesta de Coyuntura Turística permite conocer el perfil del turista que visita la Comunidad porque contempla las siguientes variables:

- Socioeconómicas: Residencia, situación laboral, profesión, edad y sexo.
- Motivo del viaje
- Estancia media
- Alojamiento
- Organización del viaje

También proporciona información sobre el gasto realizado durante el viaje, además de su descomposición en los siguientes conceptos: Alojamiento, manutención, transporte, compras, viajes y visitas organizadas, restaurantes, transporte público, alquiler de coches, ocio y otros.

De la ECTA también se pueden extraer conclusiones sobre el grado de satisfacción del turista y el grado de fidelidad del mismo.

Actualmente esta información se publica por el IEA de forma trimestral y también por SAETA, con la misma periodicidad en la publicación "Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía" y anualmente en el "Balance del Año Turístico en Andalucía", donde además de exponer las cifras generales de la demanda turística en Andalucía se realiza un análisis según la procedencia de los turistas.

#### IV.1.2. Segmentos Turísticos

El nivel de bienestar alcanzado por la sociedad actual ha diversificado los hábitos de consumo, afectando notablemente al turismo que está tendiendo a ser más dinámico y complejo que en las fases anteriores. Como consecuencia de estos cambios se está produciendo una diferenciación en los comportamientos, motivaciones y formas de viajar de los turistas dando lugar a la identificación de «segmentos turísticos», que se definen como grupos de consumidores que responden a características similares entre sí.

La identificación de los diferentes segmentos es, en la actualidad, una tarea que está siendo demandada tanto por el sector público como por el privado, dado que mientras más se conozcan las pautas de consumo de la demanda mejor se adaptará la oferta y más eficaces serán las distintas políticas turísticas llevadas a cabo por las administraciones.

Es, por lo tanto, clara la necesidad de obtener información estadística que permita el análisis coyuntural y estructural de los segmentos turísticos con entidad propia en Andalucía. Esta necesidad ha sido cubierta puntualmente por determinados organismos (Patronatos de turismo, Ayuntamientos, consultoras privadas, etc.) pero sin una metodología ni objetivo común. SAETA se plantea como uno de sus propósitos el establecer un sistema que permita la obtención de información anual sobre las principales variables de comportamiento de la demanda por segmentos en Andalucía.

Dentro de las diversas técnicas de segmentación según determinadas variables (motivaciones,

características socioeconómicas, demográficas, etc.) se ha optado por determinar los principales segmentos turísticos de Andalucía *según el motivo de la visita*, dado que además de ser la segmentación más utilizada en el análisis turístico, nos permite agrupar de manera homogénea el mercado turístico andaluz.

Las fases del proyecto son las siguientes:

### 1. Análisis a través de la ECTA

Para optimizar los recursos existentes, el instrumento de medida planteado es la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA<sup>1</sup>) que nos permite identificar los principales segmentos turísticos (Tabla IV.3).

Los elementos y características que definen los distintos segmentos turísticos planteados están muy identificados y comúnmente aceptados, excepto en el caso del turismo natural o rural donde no existe una definición clara y donde ambos términos se encuentran muy relacionados. Considerando que es de escaso valor práctico diferenciar entre turismo rural y turismo natural debido a que la mayor parte de la oferta y demanda rural se desarrollan en los espacios naturales andaluces, se considera mejor establecer la terminología genérica de turismo natural para englobar ambas acepciones.

Las modalidades de turismo pueden ser tan amplias como motivos turísticos, no obstante en esta primera fase se han determinado los segmentos anteriores como objeto de estudio, dado que son los más relevantes en la muestra de la ECTA y fácilmente identificables en su cuestionario. Siempre queda abierta la posibilidad de considerar nuevos segmentos turísticos en función de las necesidades de información del sector turístico.

### 2. Análisis de resultados

Con la información anual obtenida a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística se realizará un informe para cada segmento turístico donde se contemplarán las siguientes variables :

Objetivos	Variables
Caracterización de los turistas	Socioeconómicas Estancia Tipo de alojamiento Organización del viaje Transporte
Gasto realizado por los turistas	Gasto medio diario Composición del gasto
Grado de satisfacción	Puntuación en una escala del 1 (muy insatisfactorio) al 10 (muy satisfactorio)

■ TABLA IV.3

Segmentos turísticos	ECTA:
	¿Cuál es el motivo principal de su viaje? ¿Qué le hizo elegir Andalucía como destino de su viaje?
Turismo de sol y playa	clima y playa
Turismo natural	realización de turismo de naturaleza y/o rural
Turismo cultural	asistencia a eventos culturales y/o la visita a monumentos
Turismo de golf	práctica del golf
Turismo de nieve	práctica del esquí

<sup>1</sup> Véase apartado IV.1.

### 3. Métodos alternativos

Para aquellos segmentos donde los resultados no hayan sido satisfactorios a través de la ECTA se presentan dos alternativas:

- Complementar el análisis del segmento con métodos alternativos de estudio.
- Realizar un nuevo proyecto para su conocimiento, cuya metodología se podría plantear según cada caso específico (encuestación, convenios de colaboración con determinados organismos, etc.)

En definitiva, se pretende obtener un mecanismo generador de información sobre aspectos cualitativos y cuantitativos de la demanda por segmentos turísticos de Andalucía con una periodicidad anual.

del Instituto de Estudios Turísticos y del Instituto Nacional de Estadística. Los objetivos de este grupo de trabajo son:

- Ofrecer la posibilidad de un encuentro periódico, dos veces al año, que permita el intercambio de información y debate sobre las actuaciones y proyectos en el campo de las estadísticas e investigación del turismo.
- Ofrecer un marco de difusión de los documentos y trabajos elaborados por el Instituto de Estudios Turísticos y las distintas Comunidades Autónomas.
- Realización de trabajos conjuntos cuyos resultados cubran objetivos comunes con un menor esfuerzo personal y presupuestario.

#### ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	Segmentos Turísticos
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) con la colaboración del Instituto de Estadística de Andalucía
<b>Objetivos:</b>	Conocer el comportamiento y evolución de la demanda turística de Andalucía según los principales segmentos turísticos
<b>Instrumentos:</b>	Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)
<b>Plan de análisis y tabulación:</b>	Informe anual para Andalucía donde se analizarán las principales variables (perfil, gasto, grado de satisfacción, etc.) para cada segmento turístico
<b>Plazo de ejecución:</b>	Medio plazo

## IV.2. Colaboraciones con el Instituto de Estudios Turísticos

El Instituto de Estudios Turísticos (IET), dentro de su objetivo de aproximación a las Comunidades Autónomas ha institucionalizado el **Grupo de Trabajo sobre Estadísticas Regionales del Sector Turístico** que está formado por los técnicos responsables de las estadísticas de turismo de las Comunidades Autónomas y componentes

En relación a este último punto, se inició en la III Reunión del Grupo de Trabajo sobre Estadísticas del Sector Turístico celebrada en Marbella en mayo de 1997 una puesta en común por parte de los representantes de las Comunidades Autónomas que solicitaron al Instituto de Estudios Turísticos que asumiera la ampliación de la operación **Estadística de Movimiento Turístico de los Españoles** (FAMILITUR) con el fin de poder disponer de mayor información de carácter regional, fijándose como objetivo básico el suministro regular de la tabla origen/destino de los movimientos turísticos de los residentes en España.

Esta nueva operación denominada Familitur-reg (Tabla IV.4) ha comenzado en 1999 y los primeros resultados, referidos al periodo enero - mayo de 1999, han sido presentados en la VIII Reunión del Grupo de Trabajo sobre Estadísticas Regionales del Sector Turístico celebrada en diciembre de 1999 en León.

gunas de información existentes sobre el conocimiento del turismo en Andalucía. En concreto dispondremos de datos sobre el comportamiento turístico de los andaluces cuando viajan fuera de su Comunidad, así como los flujos turísticos hacia Andalucía por Comunidades Autónomas españolas (in-

■ **TABLA IV.4**

<b>FICHA TÉCNICA DE FAMILITUR-REG.</b> FAMILITUR-REG (INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS)	
<i>Cobertura</i>	Todos aquellos viajes con pernoctación realizados por todos los miembros de hogares residentes de España.
<i>Periodo de referencia</i>	Cuatro tomas trimestrales distribuidas a lo largo de un año, concentrando la toma de datos en la primera semana después de cada trimestre vencido.
<i>Tamaño muestral</i>	En cada toma el tamaño real de la muestra es de 10.800 hogares, distribuidos entre 1.200 secciones a razón de nueve hogares por sección censal. En Andalucía la muestra está compuesta por 165 secciones con 1.485 viviendas.
<i>Diseño muestral</i>	Bietápico de conglomerados con selección estratificada por tipologías.
<i>Modalidad de encuestación</i>	Panelización de la muestra.

Las información que se proporcionará a las Comunidades Autónomas se dividen en dos tipos de tablas:

1. Tablas de Análisis Estadísticos. Mensualmente se obtendrá información para el uso interno ya que es posible que no se disponga de significación estadística.
2. Tablas de difusión. La información hará referencia a periodos de tiempo superiores al mes (trimestre, año o temporadas) donde ya existirá una representatividad estadística y permitirá su publicación.

El no disponer en la actualidad de los resultados completos del Familitur-reg no nos permite valorar las posibles aportaciones y dificultades que se puedan derivar de su explotación.

Lo que si parece claro es que a través de esta operación estadística, se cubrirá alguna de las la-

formaciones necesarias para la realización de unas Cuentas Satélites Regionales).

Otra de las importantes operaciones estadísticas puesta en marcha por el Instituto de Estudios Turísticos en Mayo de 1996 es la **Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)** cuyos objetivos básicos son tres:

1. Cuantificar el número de visitantes extranjeros.
2. Caracterizarlos según su tipología, país de residencia, medio de transporte utilizado, motivo del viaje y otras características.
3. Identificar su comportamiento turístico según un conjunto de aspectos tanto de carácter cuantitativo como cualitativo. Su realización se basa en dos investigaciones complementarias, una a la salida y otra a la entrada.

Las características técnicas de esta estadística se resumen en el la tabla IV.5:

**■ TABLA IV.5**
**FICHA TÉCNICA DE FRONTUR (INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS)**

<i>Cobertura</i>	Entradas de visitantes producidas por cualquier medio de transporte, centrándose en las entradas y salidas por carretera y las salidas por aeropuertos.
<i>Periodo de referencia</i>	Mensual
<i>Diseño muestral</i>	Sistema mixto: descansa en registros de carácter administrativo (para todos los medios de transporte), establece conteos manuales a la entrada de España por los pasos fronterizos de carretera y encuestación por muestreo, a la entrada y salida de España por carretera y aeropuerto.
<i>Tamaño muestral</i>	Conteos manuales en carretera: 1.500.000 al año Encuestas de entrada por carretera: 77.500 al año Encuestas de entrada por aeropuerto: 190.000 al año Encuestas de salidas por carretera: 19.000 al año Encuestas de salidas por aeropuerto: 20.000 al año

La utilidad de Frontur se centra en la explotación de la encuesta de salidas (comportamiento turístico de los extranjeros) que complementa y verifica la información obtenida a través de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. En relación a esta operación estadística se plantea desde SAETA las siguientes cuestiones:

- La realización de un convenio con el IET para la recepción continua de la base de datos de salidas de Frontur que nos permita realizar explotaciones específicas y comparaciones con el total de España y el resto de las Comunidades Autónomas.
- La información que se proporciona actualmente es muestral. Sería oportuno realizar los contactos con el IET con el fin de poner en marcha una colaboración que nos permita obtener resultados elevados.

De esta estadística cuelga una nueva operación que se iniciará a mediados del año 2.000 denominada Estadística de Gasto Turístico y cuya finalidad será atender un conjunto de necesidades de información en relación a la Balanza de Pagos, la Contabilidad Nacional y la futura Cuenta Satélite de Turismo española. Se seguirá de cerca la evolución de

este nuevo instrumento para conocer el posible aprovechamiento y explotación a nivel regional.

En un futuro las colaboraciones que puedan establecerse con el IET se basarán principalmente en la realización por parte de SAETA de nuevas actividades, tales como:

- Las Cuentas Satélites Regionales, en colaboración también con el INE.
- Sistema de Información Geográfico de Andalucía.
- Otras.

### **IV.3. Tráfico aéreo. Información de AENA**

La información que AENA proporciona nos permite analizar la evolución de las llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces y realizar una comparación con los relativos al resto de España. A pesar de que no todas las llegadas de pasajeros pueden ser contabilizadas como turistas, esta información sí nos proporciona un indicador muy fiable de la evolución del turismo, ya que más del 40% del total de turistas que nos visita utiliza el avión

como medio de transporte; sobrepasando este porcentaje el 85% cuando nos referimos al turismo extranjero.

AENA genera dos bases de datos de interés para el análisis de los flujos turísticos.

GESLOT: se refiere a los permisos de entradas y salidas de aeronaves solicitados por las compañías aéreas proporcionando un indicador adelantado de la actividad turística para aquellos turistas que llegan a Andalucía directamente por vía aérea. Para algunos de nuestros principales mercados este medio de transporte es el más utilizado, principalmente el británico y, en menor medida, el alemán.

CONOPER: proporciona información sobre la llegada y salida de pasajeros y aeronaves por tipo de vuelo y por país de origen de los vuelos. Los datos se obtienen a partir de estimaciones, ya que no se conoce con exactitud la nacionalidad de los pasajeros ni el número exacto de los viajeros que llegan en cada avión.

La utilización de esta información por parte de SAETA se establece en los siguientes términos:

## 1. GESLOT

Se propone realizar una **explotación continua** de esta información para incorporarla al **modelo de generación de previsiones** a corto plazo. Actualmente SAETA realiza predicciones para el total de Andalucía y desagregada por provincias; la serie de GESLOT, en principio, sólo sería válida para obtener previsiones para el total de Andalucía y para la provincia de Málaga, ya que la información del resto de los aeropuertos no es significativa.

Los datos que proceden de esta base de datos necesitan un tratamiento muy intensivo para poder utilizarlos, ya que no están preparados para su uso directo por usuarios de datos estadísticos, sino que son bases de datos internas de los aeropuertos para gestionar las operaciones de despegues y aterrizajes de los vuelos.

Los datos que se explotan para Andalucía coinciden con los que el Instituto de Estudios Turísticos obtiene para España, aunque desde SAETA se ob-

tiene una información más desagregada por aeropuertos andaluces. SAETA ha explotado y analizado estas bases de datos desde el año 1997 hasta la actualidad y la evolución de las cifras generales parece que guardan una relación muy estrecha con la evolución general del turismo en Andalucía y, en particular, con el incremento del número total de turistas que proporciona la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.

Las diferencias entre los datos de programación (GESLOT) y los datos que, a posteriori ofrece AENA en la serie de CONOPER son importantes, por lo que sería necesario realizar una investigación en profundidad acerca de estas dos bases de datos.

## 2. CONOPER

Otra propuesta en relación a la información proporcionada por AENA es el estudio de variables tales como las **principales compañías aéreas** que traen a los turistas a Andalucía y de los **principales aeropuertos de origen** desde los que vienen la mayoría de los turistas hacia nuestros aeropuertos. Esta información no ha sido explotada hasta el momento y puede proporcionar una fuente importante para analizar con más profundidad nuestros principales mercados de origen y los intermediarios a través de los cuales éstos acceden a Andalucía.

La última información que AENA proporciona en la actualidad es la del año 1998, debido a la instalación de una nueva aplicación que no dará resultados hasta finales de 1999. A partir de ese momento se intentará obtener periódicamente los datos de CONOPER y explotarlos para el total de Andalucía por las siguientes variables:

- Número de pasajeros (llegadas)
- Número de vuelos (llegadas)
- Compañías aéreas (llegadas)
- País de origen
- Aeropuerto de origen

En la actualidad toda esta información está recopilada en SAETA desde el año 1995 hasta 1998, sin embargo su explotación periódica debe esperar hasta que AENA esté en disposición de proporcionar en plazos preestablecidos la información requerida. Desde ese momento el Boletín de Indicadores Turís-

ticos podría incorporar un nuevo capítulo referente a llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces.

A esta fuente de información se le podrían aplicar los mismos indicadores que los que, en la actualidad se aplican a los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), es decir, se podría conocer la estacionalidad de estas variables, la cuota por aeropuertos andaluces, Comunidades Autónomas, por nacionalidad, etc.

la que se pretende cumplir las tres finalidades siguientes:

- *Identificar las tendencias futuras* hacia Andalucía como información complementaria al modelo de generación de previsiones.

Actualmente las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero (Turespaña) realizan informes de coyuntura del país e incluyen en la ma-

## ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	Tráfico aéreo Información de AENA
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA).
<b>Objetivos:</b>	Conocimiento y análisis de las llegadas de pasajeros y de aeronaves a aeropuertos andaluces, según Compañía, aeropuerto y país de origen .
<b>Instrumentos:</b>	GESLOT CONOPER
<b>Plan de análisis y tabulación:</b>	Análisis anual y trimestral para Andalucía
<b>Plazo de ejecución:</b>	Corto plazo

## IV.4. Investigación y prospección de mercados de origen. Encuesta continua a Turoperadores.

Una parte importante de la demanda turística que recibe la Comunidad Autónoma andaluza es a través de intermediarios. El 38% de los turistas que nos visitaron durante 1998 organizaron su viaje a Andalucía a través de algún tipo de intermediario («Balance del Año Turístico en Andalucía.1998» SAETA). Esta cifra nos da una referencia de la importancia y peso de éstos (Agencias de Viajes y Turoperadores principalmente) en el sector turístico andaluz.

Desde SAETA se plantea llevar a cabo una encuesta continua dirigida a los turoperadores con

yoría de los casos un avance de perspectivas para la próxima temporada turística para España y los países competidores. Esta información, de gran utilidad para cualquier analista, se basa fundamentalmente en la reservas de viajes. No obstante, no se proporciona una desagregación territorial, lo que dificulta en gran medida la utilización de estos datos para el análisis regional del sector turístico.

El hecho de que cualquier entidad turística, ya sea pública o privada, necesite tener previsiones para crear una coherencia entre lo deseable y lo posible, justifica un estudio sobre las tendencias de los principales mercados emisores de turismo hacia Andalucía.

- *Identificar a nuestros principales competidores* tanto a los ya consolidados como a los países emergentes en materia de turismo.



Es de clara utilidad, sobre todo para la administración, el conocimiento de la transformación de la demanda turística. La utilización a tiempo de medidas de política turística correctoras juegan un papel importante en la evolución del turismo en un país o región para asegurar un desarrollo turístico de acuerdo con los objetivos generales de la economía y de la sociedad en general.

- Identificar la *desagregación del paquete turístico así como su repercusión económica en Andalucía*.

En el marco conceptual de Cuentas Satélites del Turismo presentado por la OMT se incluye información relativa a la oferta de paquetes turísticos, dándole dos tipos de tratamiento: bruto y neto. En una valoración bruta de paquetes turísticos, todos los componentes del valor del paquete están incluidos dentro del consumo receptor mientras que en la valoración neta sólo se incluyen los componentes proporcionados por los residentes, información que actualmente desconocemos.

El operador adquiere diferentes productos turísticos que son agregados y ofrecidos como un producto complejo y único. Este producto abarca servicios de transporte, alojamiento, comidas, excursiones, etc. así como el servicio del turoperador en sí mis-

mo. En la mayoría de los casos no se informa al turista de la distribución del paquete en sus distintos componentes y no tiene un contacto directo con los proveedores de los servicios, lo cual implica una dificultad añadida a la hora de imputar el gasto del turista que viaja por paquete turístico en los distintos productos y servicios que lo componen.

La falta de información existente sobre este tema no solo es un problema a la hora de realizar unas Cuentas Satélites Regionales sino que es extensible a nivel nacional, por lo que se plantea colaboraciones con los organismos estadísticos nacionales responsable de esta operación en cuanto a procedimiento, metodología, valoraciones, etc.

Todo lo planteado nos ha llevado a considerar la posibilidad de dirigirnos a los principales Turoperadores que ofertan «Andalucía» como producto turístico con el fin de cubrir las necesidades de información apuntadas.

SAETA se encuentra en la fase inicial del planteamiento del proyecto y en la actualidad se están llevando a cabo distintas reuniones con turoperadores, Turismo Andaluz, etc. para estudiar la viabilidad y procedimiento más óptimo de enfocar esta nueva tarea.

## ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	Encuesta continua a los TT.OO.
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) con la colaboración del departamento de promoción de Turismo Andaluz, S.A.
<b>Objetivos:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las tendencias futuras hacia Andalucía</li> <li>2. Identificar a nuestros principales competidores</li> <li>3. Identificar la desagregación del paquete turístico así como su repercusión económica en Andalucía.</li> </ol>
<b>Instrumentos:</b>	A determinar
<b>Plazo de ejecución:</b>	Medio / Largo plazo



# V

## ANÁLISIS PROSPECTIVO Y PREVISIONES. MODELO DE GENERACIÓN DE PREVISIO- NES DE SAETA



El conocimiento de tendencias futuras de la evolución del turismo es una información de gran interés para todos los agentes del sector, tanto públicos como privados, ya que suponen un punto de partida para adoptar estrategias para el futuro. En respuesta a esta necesidad SAETA ha puesto en marcha un Modelo de Generación de Previsiones que, por el momento, proporciona predicciones a corto plazo (a tres meses vista) basado en un conjunto de modelos de series temporales de pernoctaciones, grado de ocupación y plazas en establecimientos hoteleros.

Las series que se utilizan son las proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística relativas exclusivamente al turismo hotelero. La elección de estas variables se debe a su idoneidad para la aplicación de métodos cuantitativos debido a que son series muy homogéneas y muy prolongadas en el tiempo, ya que desde 1977 se viene elaborando la misma encuesta sin variaciones metodológicas importantes<sup>2</sup>. No obstante, la experiencia ha demostrado que estas predicciones constituyen un buen indicador del comportamiento turístico en general, ya que el turismo hotelero supone aproximadamente en 50% del total de la demanda turística en Andalucía.

---

<sup>2</sup> A partir de 1999 estas series se están modificando, por lo que es necesario realizar transformaciones a los nuevos datos que se van incorporando al modelo.

Las series temporales, tales como la de pernoctaciones, grado de ocupación y plazas hoteleras, suelen concebirse como la combinación (suma o producto) de las cuatro componentes siguientes: variaciones estacionales, ciclo, tendencia y componente irregular. Estas componentes son inobservables, pero existen procedimientos de análisis de series temporales capaces de separar (filtrar) estas componentes atendiendo a determinados criterios.

A partir de esta descomposición se pueden realizar proyecciones futuras de los valores observados, no obstante, para obtener una modelización lo más precisa posible es necesario detectar y eliminar los efectos de aquellas observaciones atípicas (*outliers*) y tener en cuenta las características especiales y peculiaridades del fenómeno estudiado; en el caso del turismo es necesario incluir en las series mensuales el efecto que, sobre estas variables, tiene la celebración de la Semana Santa y del número de días laborables de cada mes en la actividad turística.

Para tal fin se utilizan los programas TRAMO y SEATS (Gómez, V. y A. Maravall. 1997) aplicándolos a la serie mensual de pernoctaciones, grado de ocupación y plazas en establecimientos hoteleros para todas las provincias y para el total de Andalucía. Este programa identifica las distintas series modelizándolas y realizando las etapas de identificación-estimación-predicción que constituyen los modelos ARIMA. Estos modelos se encuadran en el enfoque univariante de tratamiento de series, es decir, en la realización de previsiones sobre valores futuros que utilizan exclusivamente información sobre valores pasados de la variable, sin incluir otro tipo de variables explicativas. Es en definitiva un modelo autoproyectivo que trata de explotar al máximo la información contenida en la serie temporal hasta el momento de la predicción, considerando la serie temporal como un proceso aleatorio e intentando modelizarlo. De esta manera, las distintas series analizadas se identificarían con el siguiente modelo:

$$y_t = f(y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, u_t)$$

dónde

$f$  = función caracterizada por un número finito de parámetros desconocidos

$y_t$  = Valor de la variable a predecir en el periodo de tiempo  $t$

$y_{t-i}$  = Valor de la variable en el periodo de tiempo  $t-i$

$u_t$  = Variable aleatoria de media cero

Otra peculiaridad de las series analizadas es la relación que entre ellas existe: dado que el grado de ocupación se define como el ratio entre el número de plazas disponibles por el número de plazas ocupadas en un periodo determinado, por ello se ha diseñado un sistema que lleva a cabo predicciones conjuntas de estas variables, respetando las relaciones existentes entre ellas, ya que si nos limitáramos a predecir estas tres series temporales por separado obtendríamos resultados poco coherentes entre sí.

Todos estos aspectos quedan recogidos en el Modelo de Generación de Previsiones de SAETA que ha sido revisado y actualizado recientemente con resultados aún más ajustados que los que se venían obteniendo, consiguiéndose una mayor robustez de los modelos.

Estas previsiones a tres meses vista (cuadro V.1) se publican mensualmente en el Informe Mensual de Coyuntura produciéndose, en general, datos muy ajustados a la realidad, sobre todo para la provincia de Málaga y para el conjunto de Andalucía en el corto plazo, donde el volumen de pernoctaciones es superior. En este sentido, se está intentando avanzar con el fin de conseguir predicciones más ajustadas mediante la inclusión de indicadores que nos permitan conocer la posible evolución futura de las variables turísticas en las distintas provincias andaluzas.

## ■ CUADRO V.1.

<b>Modelo de generación de previsiones a corto plazo (SAETA)</b>	
<b>Objetivos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Previsión de las principales variables turísticas a tres meses vista de forma mensual.</li> <li>• Desestacionalización y estimación de tendencias para el análisis de coyuntura del sector turístico.</li> </ul>
<b>Instrumentos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas TRAMO (Time Series Regression with ARIMA Noise, Missing Observations and Outliers) y SEATS (Signal Extration in ARIMA Time Series)</li> <li>• Series de Pernoctaciones, Grado de ocupación y plazas en Establecimientos hoteleros de Andalucía (INE)</li> </ul>
<b>Metodología:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de modelos ARIMA</li> <li>• Detección y corrección de varios tipos de observaciones atípicas</li> <li>• Corrección del efecto Pascua (Semana Santa)</li> <li>• Predicción de las series e identificación de errores estándares asociados</li> <li>• Predicciones conjuntas de las variables relacionadas</li> </ul>
<b>Limitaciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sólo se refiere al turismo hotelero</li> <li>• Su funcionamiento resulta muy satisfactorio para Andalucía en su conjunto y para la provincia de Málaga, para el resto de las provincias es menos fiable.</li> </ul>
<b>Publicación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualización mensual en el Informe Mensual de Coyuntura</li> </ul>

Además de este instrumento de predicción de la coyuntura turística, SAETA está investigando en nuevas técnicas a aplicar, ya que el modelo actual sólo proporciona previsiones a corto plazo (a tres meses vista), horizonte temporal para el que su funcionamiento resulta muy satisfactorio debido a que su metodología se basa en series temporales.

El objetivo es utilizar la serie de indicadores económicos elaborados por SAETA y revisados desde

el año 1980 para desarrollar una metodología a través de modelos econométricos con el fin de obtener predicciones a medio plazo incorporando información económica de los principales países emisores, competidores y de la propia Andalucía.

Esta nueva metodología está aún en fase de investigación, aunque ya se ha avanzado en este aspecto, realizando una revisión y actualización de las series económicas contando en la actualidad con datos homogéneos desde 1980.

## ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	Sistema de Generación de Previsiones
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA).
<b>Objetivos:</b>	Conocimiento prospectivo de la demanda turística hacia Andalucía, tanto a corto plazo como a medio plazo.
<b>Instrumentos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de series temporales</li> <li>• Modelos econométricos</li> <li>• Información complementaria: AENA, Información de reservas, etc.</li> </ul>
<b>Plan de análisis y tabulación:</b>	Generación mensual y anual de previsiones para la demanda turística de Andalucía.
<b>Plazo de ejecución:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de Generación de Previsiones a Corto Plazo: realizado y sujeto a continuas revisiones en función de la información complementaria.</li> <li>• Modelo de Generación de Previsiones a Medio Plazo: en fase de investigación.</li> </ul>

# VI

## CONOCIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA





## **VI.1 REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE ANDALUCÍA**

La importancia que el turismo está alcanzando en nuestra Comunidad Autónoma está provocando un crecimiento en el número de establecimientos y actividades, lo que ha originado un mayor interés por el conocimiento de las características de la Oferta Turística, compuesta por el conjunto de establecimientos o actividades que prestan sus servicios con algún fin turístico.

El Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (R.E.A.T.) es un registro administrativo, regulado en el Decreto 15/1990 de 30 de Enero, que recoge a todos aquellos establecimientos que ejercen su actividad en Andalucía (BOJA, Decreto 15/1990 del 30 de Enero por el que se crea y regula la organización y funcionamiento del Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas y se simplifica la tramitación de los expedientes administrativos).

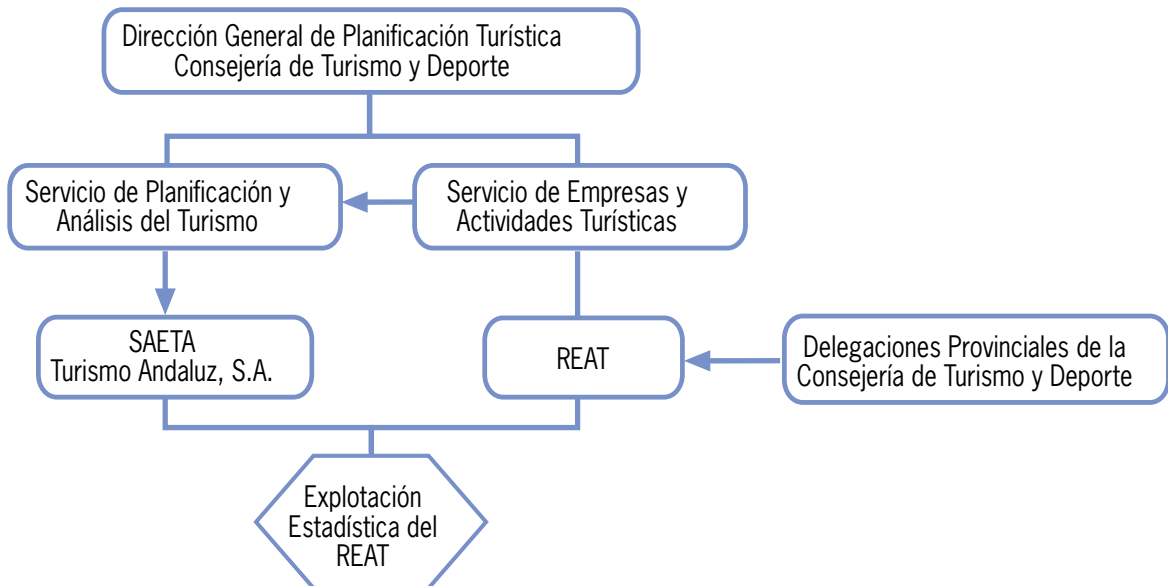
El Decreto de regulación establece que “El Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas tiene por objeto ser prueba de los hechos significa-

tivos que afectan a la historia de cada establecimiento o actividad turística al tiempo que guardará la información necesaria para dar coherencia a las acciones de la Administración y del sector, mientras que resulta un instrumento útil para la planificación, ordenación y programación del turismo, tanto por el propio sector como por la Administración.”

pel a los Servicios Centrales desde las Delegaciones (figura VI.1). Esto impide que pueda explotarse la totalidad de la información que registra el REAT. Sin embargo, a través de la nueva aplicación que se ha realizado para gestionarlo, se va a poder analizar la Oferta Turística de Andalucía no sólo mensualmente, sino considerando el periodo que se

■ FIGURA VI.1

## Flujo de datos del registro de establecimientos y actividades turísticas



Actualmente tan sólo se están explotando dos variables: número de establecimientos dados de alta y número de plazas, en toda Andalucía y su distribución provincial, desglosados según categorías y tipo de establecimiento (establecimientos hoteleros, pensiones, apartamentos, campings, casas rurales, restaurantes, cafeterías y agencias de viajes).

En la actualidad la información del REAT no es fácilmente explotable ya que la aplicación informática que la soporta está inoperativa. De esta forma la información a nivel agregado se traslada en pa-

deseo y obteniendo más información sobre las características de la oferta tanto a nivel provincial, como se está realizando actualmente, como definiendo algunas zonas turísticas de Andalucía (entre ellas las zonas determinadas para la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, ECTA<sup>3</sup>) e incluso desagregando a nivel municipal, siempre y cuando no se incumpla el secreto estadístico.

En el cuadro VI.1 se indican algunas de las características que podrían ser analizadas a través de la nueva aplicación del REAT:

<sup>3</sup> Véase capítulo IV.1. Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.

## ■ CUADRO VI.1.

Variable	Descripción
Tipo de establecimiento / Tipo de actividad	Los tipos de establecimientos podrán ser: establecimientos hoteleros, pensiones, apartamentos, campings, casas rurales, restaurante, cafeterías y agencias de viajes. La clasificación de los tipos de actividades dependerá de las actividades que se registren.
Categoría	Existen distintas categorías según el tipo de establecimiento que se considere.
Modalidad	Los establecimientos se podrán clasificar según sean de litoral, interior, playa, alta montaña, temporada o balneario.
Nº de establecimientos	Nº de establecimientos según tipo y categoría
Nº de plazas	Nº de plazas según tipo y categoría
Nº de habitaciones	Nº de habitaciones según tipo y categoría
Abierto todo el año / Temporal	Existen establecimientos que durante ciertos periodos del año permanecen cerrados. Permitirá conocer la estacionalidad de la oferta.
Nº de empleados	Se distinguiría entre fijos y temporales.
Nº de inspecciones	En los establecimientos se llevan a cabo distintas inspecciones para comprobar que cumplen los requisitos propios de su categoría.
Altas/Bajas	Número de establecimientos dados de alta o de baja en el Registro.
Subvenciones	El número de subvenciones otorgadas a los establecimientos y si se estima conveniente, se podrá analizar la cantidad subvencionada.
Evolución	Se estudiará la evolución que ha tenido la oferta turística de Andalucía a partir de una fecha determinada.
Nº de proyectos	Antes de dar de alta definitivamente un establecimiento en el REAT, se tiene que estudiar si verifica todas las características que la Ley exige para poder clasificarlo en una categoría específica. Durante este periodo el establecimiento se clasifica como "proyecto"

Actualmente los datos que se están explotando del REAT se publican en el "Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía" trimestralmente, junto a los índices de plazas, número de establecimientos y capacidad creados a partir de los datos obtenidos en el REAT con el fin de poder describir la evolución global de la oferta registrada.

Se han calculado los índices simples para el número de plazas, para el número de establecimientos y para el de la capacidad (número de plazas / número de establecimientos) de los distintos tipos de alojamientos turísticos de Andalucía. A partir de estos índices simples se han calculado los correspondientes índices compuestos de Laspeyres y de

Paasche, utilizando las ponderaciones adecuadas, para poder analizar la oferta de alojamientos turísticos de Andalucía.

Analizando los índices simples se obtiene información de la evolución, que a partir de un determinado año base, tienen las plazas, los establecimien-

Índice de Laspeyres		Índice de Paasche	
Establecimientos		Capacidad	
$E_L = \frac{\sum_{i=1}^n c_{i0} \times e_{it}}{\sum_{i=1}^n c_{i0} \times e_{i0}}$	$C_L = \frac{\sum_{i=1}^n c_{it} \times e_{i0}}{\sum_{i=1}^n c_{i0} \times e_{i0}}$	$E_P = \frac{\sum_{i=1}^n e_{it} \times c_{it}}{\sum_{i=1}^n e_{i0} \times c_{it}}$	$C_L = \frac{\sum_{i=1}^n e_{it} \times c_{it}}{\sum_{i=1}^n e_{it} \times c_{i0}}$

Siendo:

- $i$  : tipo de alojamientos turístico (hoteles, apartamentos, campings y pensiones)
- $e_{i0}$  : número de alojamientos turísticos del tipo  $i$  en el periodo base
- $e_{it}$  : número de alojamientos turísticos del tipo  $i$  en el periodo  $t$
- $c_{i0}$  : capacidad de los alojamientos turísticos del tipo  $i$  en el periodo base
- $c_{it}$  : capacidad de los alojamientos turísticos del tipo  $i$  en el periodo  $t$

Como es bien sabido, ninguno de estos dos índices cumple con la siguiente propiedad deseable:

Índice de plazas (P) = Índice del nº de establecimientos (E) x Índice de capacidad(C)

A fin de trabajar con un índice que cumpla exactamente con esta relación se ha obtenido el índice compuesto de Fisher, definido como la media geométrica de los índices de Laspeyres y de Paasche, siendo el único que se publica por ser el que proporciona información relevante.

tos y la capacidad, de los diferentes tipos de alojamientos turísticos, y nos facilitan su comparación en cuanto a la capacidad de los mismos. Mientras que los índices compuestos nos facilitan información sobre la evolución del conjunto de alojamientos turísticos en cada provincia y en Andalucía.

En el "Informe de la Oferta Turística de Andalucía", realizado por SAETA trimestralmente y con carácter interno, se pueden encontrar las variables explotadas actualmente con mayor desagregación: tipos de establecimientos según categorías y provincias, así como comparaciones con periodos de años anteriores.

En el "Balance del Año Turístico de Andalucía" se realiza un análisis sobre la evolución de la Oferta, así como un estudio sobre el ajuste con la Demanda.

A corto plazo se pretende realizar una publicación trimestral con nueva información sobre el REAT, con el fin de poder dar una mayor difusión sobre las características de la Oferta Turística de Andalucía.

Índice de Fischer		
Establecimientos	Capacidad	Plazas
$E_F = \sqrt{E_L \times E_P}$	$C_F = \sqrt{C_L \times C_P}$	$P_F = E_F \times C_F$

## VI.2. ÍNDICE DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE ANDALUCÍA

El INACTUR se plantea como un indicador específico de actividad referido a los agentes que conforman la oferta de hospedaje, restauración y servicios complementarios. En su formulación original el indicador adopta la forma de un ÍNDICE DE PRODUCCIÓN DE CANTIDADES que permitirá el seguimiento de la coyuntura de la actividad turística en Andalucía.

La falta de información periódica acerca de la estructura productiva del sector turístico nos lleva a plantear una formulación del tipo Laspeyres donde la estructura de ponderaciones se mantiene fija.

La fórmula general de este indicador sería la siguiente, que corresponde con la formulación de Laspeyres:

$$I_{\%} = \sum_i^n W_0^i I_{\%}^i (G_i)$$

Se trata de un índice complejo que resulta de la suma ponderada de índices simples. Habría distintos niveles de suma: ramas, subramas, etc.

### ■ TABLA VI.1.

CÓD. IAE	TEXTO EPIGRAFE
167	SERVICIO DE ALIMENTACION.
1671	SERVICIO EN RESTAURANTE.
16711	De cinco tenedores.
16712	De cuatro tenedores.
16713	De tres tenedores.
16714	De dos tenedores.
16715	De un tenedor.
1672	EN CAFETERIAS.
16721	De tres tazas.
16722	De dos tazas.
16723	De una taza.
1673	EN CAFES Y BARES, CON Y SIN COMIDA.
16731	De categoría especial.
16732	Otros cafés y bares.
1674	SERVICIOS ESPECIALES DE RESTAURANTE, CAFETERIA Y CAFE-BAR.

Para definir los sectores que comprenden la oferta turística hay que apuntar que la condición de turístico de un servicio la da quien lo adquiere, y es por ello que hay determinados productos y actividades que por ser consumidos en su mayoría por turistas tienen la calificación de turísticos y que otros, sin embargo, siendo consumidos por los turistas no tienen esta condición porque la generalidad de personas que lo consumen no son turistas.

Las fases en la elaboración del Índice son las siguientes:

### 1. DEFINICIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE INCORPORA EL INACTUR

En una primera fase se definen las actividades que, a priori, deberían considerarse en la elaboración del INACTUR.

Las actividades turísticas a considerar deben ser analizadas a través de la recopilación de la información existente sobre ellas determinando así la viabilidad de incluirlas en el Índice. En principio el punto de partida sería las actividades que se enumeran en la siguiente relación (tabla VI.1).

16741	Servicio en vehículos de tracción mecánica.
16742	Servicio en ferrocarriles de cualquier clase.
16743	Servicio en barcos.
16744	Servicio en aeronaves.
16745	Servicios que se presten en sociedades, casinos, clubes y establecimientos análogos.
16746	Servicios establecidos en teatros y demás espectáculos que únicamente permanecen abiertos durante las horas de espectáculo, excepto los de baile y similares.
16747	Servicio que se prestan en parques y recintos feriales clasificados en el Epígrafe 989.3 de esta Sección 1ª de las Tarifas.
1675	SERVICIOS EN QUIOSCOS, CAJONES, BARRACAS U OTROS LOCALES ANALOGOS, SITUADOS EN MERCADOS O PLAZAS DE ABASTOS, AL AIRE LIBRE EN LA VÍA PÚBLICA O JARDINES.
1676	SERVICIOS EN CHOCOLATERIAS, HELADERIAS Y HORCHATERIAS.
1677	SERVICIOS PRESTADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS CLASIFICADOS EN LOS GRUPOS 671, 672, 673, 681 Y 682 DE LAS AGRUPACIONES 67 Y 68, REALIZADOS FUERA DE DICHOS ESTABLECIMIENTOS. OTROS SERVICIOS DE ALIMENTACION.
16771	Servicios prestados por los establecimientos clasificados en los grupos 671, 672, 673, 681 Y 682 de las agrupaciones 67 y 68, realizados fuera de dichos establecimientos.
168	SERVICIOS DE HOSPEDAJE.
1681	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOTELES Y MOTELES.
1682	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOSTALES Y PENSIONES.
1683	SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN FONDAS, CASAS DE HUESPEDES Y ALOJAMIENTOS TURISTICOS AGRICOLAS.
16832	Alojamientos turísticos agrícolas.
1684	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOTELES -APARTAMENTOS.
1686	EXPLOTACION DE APARTAMENTOS PRIVADOS A TRAVES DE AGENCIA ORGANIZADA.
1687	CAMPAMENTOS TURISTICOS EN LOS QUE SE PRESTAN LOS SERVICIOS MINIMOS DE SALUBRIDAD COMO AGUA POTABLE, LAVABOS, FREGADEROS, ETC.
16871	Campamentos de lujo.
16872	Campamentos de primera clase.
16873	Campamentos de segunda clase.
16874	Campamentos de tercera clase.
17111	Transporte ferroviario de viajeros por vía normal
17213	Transportes de viajeros por carretera.
1729	OTROS TRANSPORTES TERRESTRES N.C.O.P.
17292	Servicios de transportes por teleférico y funiculares.

1733	TRANSPORTE DE CABOTAJE Y POR VIAS NAVEGABLES INTERIORES (EXCEPTO DE CRUDOS Y GASES)
17331	Transporte de cabotaje y por vías navegables interiores, de viajeros.
17333	Servicios de transbordadores, ferry-boats y análogos.
175	ACTIVIDADES ANEXAS A LOS TRANSPORTES.
1753	ACTIVIDADES ANEXAS AL TRANSPORTE AEREO.
17535	Explotación integral de aeropuertos.
1755	AGENCIAS DE VIAJES.
17551	Servicios a otras agencias de viajes.
17552	Servicios prestados al público por las agencias de viajes.
1849	OTROS SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS N.C.O.P.
18493	Servicios de traducción y similares.
185	ALQUILER DE BIENES MUEBLES.
1854	ALQUILER DE AUTOMOVILES SIN CONDUCTOR.
1855	ALQUILER DE OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE.
18551	Alquiler de aeronaves de todas clases.
18552	Alquiler de embarcaciones.
18553	Alquiler de bicicletas.
1942	OTROS ESTABLECIMIENTOS SANITARIOS, BALNEARIOS Y BAÑOS DE AGUA DULCE Y DE MAR.
19422	Balnearios y baños.
1966	BIBLIOTECAS, ARCHIVOS, MUSEOS, JARDINES BOTANICOS Y ZOOLOGICOS.
19662	Parques zoológicos, jardines botánicos y similares.
1967	INSTALACIONES DEPORTIVAS Y ESCUELAS Y SERVICIOS DE PERFECCIONAMIENTO DEL DEPORTE.
19673	Alquiler de artículos para deporte en instalaciones deportivas.
1969	OTROS SERVICIO RECREATIVOS N.C.O.P.
19692	Casinos de juego.
198	PARQUES DE RECREO, FERIAS Y OTROS SERVICIOS RELACIONADOS CON EL ESPECTACULO, ORGANIZACION DE CONGRESOS, PARQUES O RECINTOS FERIALES.
1981	JARDINES, PARQUES DE RECREO O DE ATRACCIONES Y ACUATICOS Y PISTAS DE PATINAJE.
19811	Curiosidades, bien naturales o artificiales, en parques, castillos, grutas, cuevas, etc.
19812	Jardines de recreo en los que la entrada es por precio.
19813	Parques de atracciones, incluidos los acuáticos y análogos, de carácter estable.
1989	OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL ESPECTACULO Y EL TURISMO. ORGANIZACION DE CONGRESOS. PARQUES O RECINTOS FERIALES.
19892	Servicios de organización de congresos, asambleas y similares.
3531	Terminales de líneas de transporte aéreo.

## 2. DIRECTORIO

Una vez determinadas las actividades que componen el índice hay que elaborar un directorio que debe mantenerse vivo en el tiempo debido al carácter coyuntural del índice. A la hora de elaborar el directorio debe tenerse en cuenta que la actividad turística está marcada por una fuerte estacionalidad que podría verse reflejada en el mismo directorio y que influiría en los elevadores a utilizar.

## 3. PONDERACIONES

Para el cálculo de las ponderaciones de los índices simples es imprescindible conocer la estructura del sector y para esto es necesario llevar a cabo una encuesta de estructura dirigida a empresas que por su actividad se incluirían en el cálculo del índice. Para ello se puede contar con la encuesta que lleva a cabo el Instituto de Estadística de Andalucía para el análisis Input-Output que viene realizando cada cinco años.

## 4. ENCUESTA CONTINUA

Una vez calculadas las ponderaciones y seleccionada la muestra se pone en marcha una encuesta de carácter continuo con la periodicidad que se estime conveniente.

La encuesta continua pretende recoger, entre otras variables, la producción física de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos para la elaboración de los índices simples. En concreto, el interés se centra en el conocimiento de la evolución de las siguientes variables:

1. Producción en términos físicos: Dado que se trata de un índice de producción será necesario considerar productos. Aquí habrá que realizar una labor de identificación de los productos representativos de cada una de las actividades. Habrá casos, excepcionales, en los que se tendrá que considerar la facturación de los servicios prestados o incluso una variable intermedia como es el caso del input principal.
2. Empleo.
3. Precios.

### ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	Índice de Actividad Turística (INACTUR)
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA).
<b>Objetivos:</b>	El Índice informa sobre la evolución de actividad en el conjunto de sectores productivos que integran la Economía del Turismo en Andalucía.
<b>Instrumentos:</b>	Encuesta de estructura a la oferta turística Encuesta continua a la oferta turística
<b>Plazo de ejecución:</b>	Largo plazo



# VII

## ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO DE ANDALUCÍA



Resulta evidente la necesidad que los gestores y planificadores del sector, así como los responsables de la política de ordenación del territorio y los agentes privados, experimentan de contar con información de naturaleza estadística referida a diversos ámbitos territoriales.

SAETA dispone de un conjunto integrado de información, tanto de variables económicas como turísticas. Este conjunto sistemático de información está vinculado a un territorio específico con unas características diferenciadas: Andalucía. Para obtener una visión territorial del turismo y su interrelación con el resto de las variables tanto físicas como socioeconómicas la herramienta más adecuada de la que se dispone en la actualidad es un Sistema de Información Geográfica (SIG). Este puede definirse como el conjunto de datos, medios y actividades, así como las relaciones entre estos distintos elementos, que permite un adecuado tratamiento de la información mediante una base de datos georreferenciadas, al tener los atributos una componente espacial.

Se pretenden avanzar hacia las distintas escalas espaciales de manera que se pueda analizar de forma objetiva las posibles debilidades y potencialidades turísticas de todos y cada uno de los espacios turísticos andaluces, para conseguir una mayor redistribución de la riqueza generada por el tu-

rismo y para minimizar los impactos negativos que esta actividad, como cualquier otra actividad económica, produce sobre el medio físico en el que se implanta.

Un SIG permite integrar bases de datos alfanuméricas y cartográficas con el fin de representarlas gráficamente en mapas de síntesis. No obstante, el objetivo no es simplemente organizar un sistema de presentación gráfica de la información, sino utilizar una herramienta como el SIG para integrar toda la información disponible de manera que nos permita comprender la complejidad y los múltiples fenómenos que conforman y determinan tanto la oferta como la demanda turística, facilitando la visión integrada del territorio. La actividad turística tiene una especial relevancia en el territorio y viceversa, debido a ello el SIG se presenta como una herramienta adecuada para planificar el desarrollo turístico de cualquier área.

El objetivo es recopilar e integrar la información estadística actualmente disponible referida a diversos ámbitos espaciales de interés (municipales, provinciales y por zonas turísticas), así como información tanto cartográfica (relieve, recursos hidrológicos, red de comunicaciones, espacios naturales, etc.) como de oferta complementaria. La integración se realizaría en un Sistema de Información Geográfica con el objetivo de obtener indicadores. La información estadística susceptible de explotar para el análisis territorial es, en principio, la siguiente:

- Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (REAT);
- Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) antigua Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros (INE).
- Encuesta de Coyuntura Turística (ECTA)
- Sistema de Información Municipal de Andalucía (SIMA)
- Atlas Turístico de Andalucía.

### **Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (REAT)**

Esta fuente puede proporcionar información para todos los ámbitos territoriales: provincial, por zonas turísticas y municipal. Las variables a analizar

serán las mismas que las estudiadas en otros documentos de SAETA (establecimientos, plazas, tipología, categoría, etc.), pero desagregadas territorialmente de tal forma que se puedan confrontar con variables de demanda.

### **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)**

En la actualidad la información proporcionada que resulta de utilidad para el análisis territorial del turismo en Andalucía es la que el INE proporciona por provincias. Para realizar un análisis para ámbitos territoriales menores sería necesario disponer de la desagregación todas las variables de la EOH por municipios.

### **Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)**

La información que, sobre la demanda turística, proporciona la ECTA se centra en la actualidad exclusivamente a nivel de Andalucía y a nivel de provincias. Para realizar un análisis territorial sería necesario ir más allá y conseguir una representatividad de la muestra por zonas turísticas, que nos permitiría obtener un conocimiento de la demanda más completo que el que sería posible con la información del INE que sólo recoge datos sobre la demanda hotelera.

### **Sistema de Información Municipal de Andalucía (SIMA)**

Mediante esta fuente de información se pueden obtener variables no exclusivamente turísticas tales como:

- Viviendas según su clase (principales, secundarias y desocupadas);
- Superficie en Km<sup>2</sup>;
- Población de hecho, población de derecho y otros datos demoeconómicos (índice de envejecimiento, inmigración, emigración; paro registrado, tasas de actividad y población ocupada por sectores);
- Indicadores de nivel de renta (líneas telefónicas, consumo de energía eléctrica, parque de vehículos, oficinas bancarias, IBI rústica, IBI urbana, rentas declaradas);
- Renta familiar disponible (estimaciones de rentas municipales);

- Recursos de atención especializada (camas hospitalarias, centros de salud);
- Suelos según la erosión.

De esta manera, se pueden elaborar indicadores municipales relacionando la actividad turística (tanto información de oferta como de demanda) con las características socioeconómicas de cada municipio. La agregación por zonas es también de utilidad, ya que este es el ámbito territorial menor para el que se dispondrá de información de demanda turística extrahotelera.

### Indicadores

A partir de la información anteriormente detallada, se elaborarán indicadores estadísticos que proporcionen una visión territorial desagregada del fenómeno turístico.

Es evidente que el tamaño de un municipio, medido ya sea a través de su superficie o de su población, es una variable a tener en cuenta tanto en el estudio de su oferta como de su demanda turística. De aquí que, junto al número agregado de plazas de alojamiento, se utilicen también *indicadores de intensidad turística*, denominación empleada en el documento A/6/15/C.1 sobre la "Elaboración de un Sistema de Indicadores Estadísticos sobre Viajes y Turismo", de la OMT.

En el referido documento se definen los tres indicadores siguientes **de intensidad turística en relación a la población**:

- *Indicador de demanda*,

(Número de turistas / población habitual) x 100

- *Indicador de oferta*,

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

- *Índice de ingreso medio*

(Gasto turístico total / población habitual ) x 100

Por otra parte, en el mencionado documento de la OMT se definen los siguientes **indicadores de intensidad turística respecto al territorio**:

- *Densidad turística territorial*,

(Número de Turistas / número de km<sup>2</sup> ) x 100

- *Densidad de alojamiento*,

(Número de Plazas de alojamiento / número de km<sup>2</sup> ) x 100

- *Densidad de gasto*,

(Gasto turístico / número de km<sup>2</sup> ) x 100

Estos indicadores proporcionan información complementaria de los anteriores al permitir conocer la evolución de **la intensidad turística sobre el territorio**, parámetro de importancia fundamental cuando se pretende, por ejemplo, potenciar un turismo sostenible.

Tal vez quepa también la posibilidad de utilizar indicadores como la cantidad de basura vertida y/ o la cantidad de agua consumida a fin de elaborar indicadores de la *población flotante*.

## ■ CUADRO RESUMEN

<b>Nombre de la actividad:</b>	<b>Análisis Territorial del Turismo en Andalucía</b>
<b>Unidad responsable:</b>	Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) con la colaboración de expertos en Sistemas de Información Geográfica (Universidad de Málaga) y la Dirección General de Planificación Turística.
<b>Objetivos:</b>	Obtener una visión integrada del comportamiento de la actividad turística en el territorio.
<b>Instrumentos:</b>	Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas. Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. Encuesta de Ocupación Hotelera. Sistema de Información Municipal de Andalucía. Atlas Turístico de Andalucía.
<b>Plan de análisis y tabulación:</b>	Análisis anual para Andalucía donde se analizará toda la información incluida en el SIG turístico de Andalucía.
<b>Plazo de ejecución:</b>	Largo plazo

# VIII

PUBLICACIONES ACTUALES  
DEL SISTEMA  
DE ESTADÍSTICA Y ANÁLISIS  
DEL TURISMO  
DE ANDALUCÍA







<b>OBJETIVO:</b>	Recopilación de las estadísticas sobre el sector turístico andaluz
<b>PERIODICIDAD:</b>	Trimestral
<b>CONTENIDO:</b>	Información sobre demanda, oferta, empleo e indicadores económicos
<b>PRIMER NÚMERO:</b>	Septiembre 1996
<b>ÚLTIMO NÚMERO:</b>	Septiembre 1999

**INFORME MENSUAL DE COYUNTURA** Nº 31  
Cuadro 1. Movimiento Hotelero en Andalucía

ANALÍTICA	Ene. 1998	Cambio		Ene. 1997	Ene. 1998	Var. del promedio	
		%	Diferencia			%	Diferencia
<b>Viajeros alojados</b>	10300	4,34	4100	27000	9,97	20270	29,87%
Extranjeros	10000	24,12	9000	22000	11,53	20000	28,57%
Total	10300	19,38	10000	27000	19,12	20000	28,57%
<b>Pernoctaciones</b>	11000	2,91	1000	30000	3,48	21000	27,00%
Extranjeras	10000	21,08	7000	27000	11,18	20000	27,00%
Total	11000	14,76	10000	30000	14,40	20000	27,00%
<b>Grado nacional (pernoctaciones/1)</b>	1,00	-	1,00	1,00	-	-	-
Extranjeros	1,00	-	1,00	1,00	-	-	-
Total	1,00	-	1,00	1,00	-	-	-
<b>Empleo</b>	1000	-	-	-	-	-	-
<b>Grado de ocupación</b>	10,7%	-	1,08	10,0%	-	0,7%	-

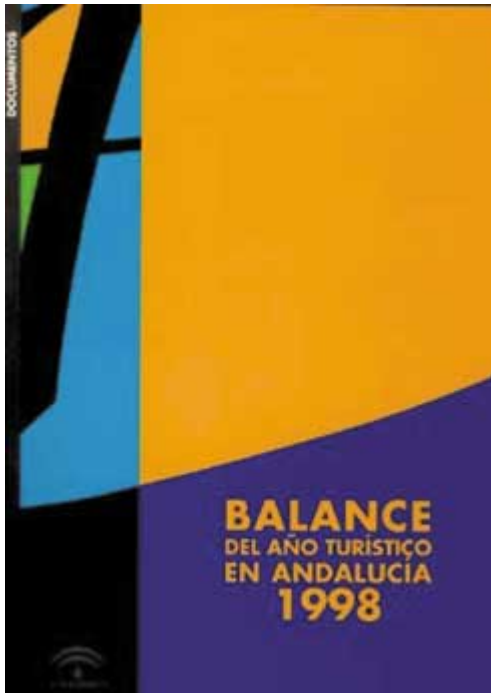
  

GÉNERICA	Ene. 1998	Cambio		Ene. 1997	Ene. 1998	Var. del promedio	
		%	Diferencia			%	Diferencia
<b>Viajeros alojados</b>	10000	4,34	4000	26000	11,07	19000	28,86%
Extranjeros	10000	24,12	9000	22000	10,10	19000	28,57%
Total	10000	15,00	10000	26000	11,40	19000	28,86%
<b>Pernoctaciones</b>	11000	4,36	1000	30000	12,00	21000	27,00%
Extranjeras	10000	21,08	7000	27000	11,18	20000	27,00%
Total	11000	19,71	10000	30000	14,70	20000	27,00%
<b>Empleo</b>	1000	-	-	-	-	-	-
<b>Grado de ocupación</b>	10,10%	-	0,00	10,0%	-	0,1%	-

CADRE	Ene. 1998	Cambio		Ene. 1997	Ene. 1998	Var. del promedio	
		%	Diferencia			%	Diferencia
<b>Viajeros alojados</b>	10000	11,81	1100	20000	10,07	10000	10,07%
Extranjeros	10000	24,12	1000	20000	10,07	10000	10,07%
Total	10000	11,74	1100	20000	10,07	10000	10,07%
<b>Pernoctaciones</b>	11000	10,91	1000	30000	11,00	11000	11,00%
Extranjeras	10000	10,10	1000	27000	10,07	10000	10,07%
Total	11000	10,74	1000	30000	11,00	11000	11,00%
<b>Empleo</b>	1000	-	-	-	-	-	-
<b>Grado de ocupación</b>	10,10%	-	0,00	10,0%	-	0,1%	-

<b>OBJETIVO:</b>	Proporcionar una información anticipada sobre el movimiento hotelero así como predicciones a tres meses de vista de sus principales variables (pernoctaciones y grado de ocupación)
<b>PERIODICIDAD:</b>	Mensual
<b>CONTENIDO:</b>	Datos mensuales del movimiento hotelero y previsiones a corto plazo para Andalucía y provincias.
<b>PRIMER NÚMERO:</b>	Enero 1997
<b>ÚLTIMO NÚMERO:</b>	Octubre 1999



<b>OBJETIVO:</b>	Proporcionar una visión completa del comportamiento del sector turístico andaluz
<b>PERIODICIDAD:</b>	Anual
<b>CONTENIDO:</b>	Análisis del entorno económico y turístico, comportamiento del turismo en Andalucía, análisis de la oferta, evolución del turismo andaluz según el movimiento hotelero y previsiones turísticas
<b>PRIMER NÚMERO:</b>	1996
<b>ÚLTIMO NÚMERO:</b>	1998

### Otras publicaciones

- Informes internos:
  - Informes internos sobre los principales mercados emisores de turismo hacia Andalucía para el departamento de promoción de Turismo Andaluz, S.A. Consejería de Turismo y Deporte.
  - Informes internos sobre el impacto económico del turismo en acontecimientos deportivos celebrados en Andalucía (Ryder Cup, Campeonato Mundial de Atletismo, etc.) para la Dirección General de Planificación Turística de la Consejería de Turismo y Deporte.
  - Informes periódicos sobre la situación turística de Andalucía de un periodo determinado para la Dirección General de Planificación Turística y Gabinete de Prensa del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte.
- Artículos:
  - «El turismo andaluz en 1995. La consolidación de la recuperación de la demanda», artículo publicado en la revista «Turismo Andaluz».
  - «Turismo y empleo en Andalucía: Una interpretación del cambio en la productividad del sector de la hostelería», artículo publicado en la revista «Estudios Turísticos».
  - «Predicciones sobre el sector hotelero en Andalucía», artículo publicado en «Cuadernos Económicos de Granada»
  - «Tendencias actuales del turismo en Almería y perspectivas hacia el año 2000», artículo publicado en «Cuadernos Económicos de Granada»
- Otros documentos:
  - «Información cuantitativa para el análisis del turismo». Documento presentado para el Congreso Nacional de Turismo.
  - Participación en la elaboración del documento «Fuentes Regionales de Información Cuantitativa sobre Turismo» del Instituto de Estudios Turísticos.
  - «Evolución reciente del turismo andaluz». Documento presentado para la realización del documento base del Plan Andaluz de

Competitividad del Turismo Andaluz (PACTO).

- «La elaboración regional del la Cuenta Satélite de Turismo: La experiencia de Andalucía». Documento presentado al Grupo de Trabajo sobre Cuentas Satélites Regionales de Turismo.

### **Página Web**

Actualmente se encuentra en fase de realización la página web del Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía donde estará disponible todas las publicaciones así como cualquier otra documentación que se considere de interés para los usuarios.



## ÍNDICE DE SIGLAS



## INDICE DE SIGLAS

---

AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea  
CCAA: Comunidades Autónomas  
ECTA: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía  
EOH: Encuesta de Ocupación Hotelera  
FAMILITUR: Estadística de Movimientos Turísticos de los Españoles  
FMI: Fondo Monetario Internacional  
FRONTUR: Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras  
IEA: Instituto de Estadística de Andalucía  
IET: Instituto de Estudios Turísticos  
INACTUR: Índice de Actividad Turística de Andalucía  
INE: Instituto Nacional de Estadística  
IPC: Índice de Precios al Consumo  
OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico  
OMT: Organización Mundial de Turismo  
PIB: Producto Interior Bruto  
REAT: Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas de Andalucía  
SAETA: Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía  
SCN: Sistema de Cuentas Nacionales  
SEC: Sistema de Cuentas Nacionales de la Unión Europea  
SIG: Sistema de Información Geográfico  
SIMA: Sistema de Información Municipal de Andalucía  
TT.OO.: Turoperadores

---





# ANEXO ESTADÍSTICO



**Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros andaluces**

Años	Trim.	VIAJEROS			PERNOCTACIONES		
		Total	Espanoles	Extranjeros	Total	Espanoles	Extranjeros
1995		6.809.303	3.709.361	3.099.942	22.875.937	10.206.393	12.669.544
1996		7.252.200	3.953.626	3.298.574	23.833.270	10.777.581	13.055.689
1997		8.020.430	4.438.212	3.582.218	26.341.907	11.893.806	14.448.101
1998		8.981.298	4.937.465	4.043.833	29.238.909	13.190.074	16.048.835
1995	I	1.194.097	718.104	475.993	3.860.194	1.796.624	2.063.570
	II	2.116.541	1.058.086	1.058.455	6.650.575	2.703.957	3.946.618
	III	1.971.224	1.070.529	900.695	7.786.035	3.704.367	4.081.668
	IV	1.527.441	862.642	664.799	4.579.133	2.001.445	2.577.688
1996	I	1.327.925	768.508	559.417	4.278.854	1.868.648	2.410.206
	II	2.268.129	1.117.899	1.150.230	6.897.232	2.817.640	4.079.592
	III	2.079.155	1.155.619	923.536	8.073.765	4.027.990	4.045.775
	IV	1.576.991	911.600	665.391	4.583.419	2.063.303	2.520.116
1997	I	1.456.789	879.255	577.534	4.590.446	2.107.457	2.482.989
	II	2.280.648	1.124.016	1.156.632	6.947.117	2.686.841	4.260.276
	III	2.502.711	1.425.548	1.077.163	9.510.808	4.754.132	4.756.676
	IV	1.780.282	1.009.393	770.889	5.293.536	2.345.376	2.948.160
1998	I	1.635.760	957.394	678.366	5.104.574	2.296.188	2.808.386
	II	2.692.194	1.339.977	1.352.216	8.207.119	3.287.288	4.919.830
	III	2.677.003	1.491.209	1.185.795	10.194.100	5.032.363	5.161.737
	IV	1.976.341	1.148.885	827.457	5.733.116	2.574.234	3.158.882
1999	I	1.943.531	1.152.123	791.408	5.750.839	2.670.176	3.080.663
	II	3.209.142	1.563.681	1.645.461	9.313.388	3.595.182	5.718.206
	III	3.219.040	1.749.100	1.469.940	11.642.659	5.469.287	6.173.372

Fuente: «Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros» INE.  
 «Encuesta de Ocupación Hotelera» INE.



### Cuota de participación de Andalucía en el movimiento hotelero español (% sobre el total de España)

Años	Trim.	VIAJEROS			PERNOCTACIONES		
		Total	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros
1995		18,19	17,54	19,03	14,35	17,51	12,52
1996		18,72	18,20	19,39	15,06	18,57	13,03
1997		19,28	19,01	19,63	15,80	19,40	13,70
1998		19,62	19,30	20,02	16,39	19,82	14,35
1995	I	18,75	17,82	20,35	15,91	17,58	14,70
	II	19,51	18,70	20,40	14,66	18,02	13,00
	III	15,83	15,97	15,66	12,68	17,07	10,28
	IV	19,68	18,15	22,11	16,11	17,63	15,09
1996	I	20,08	18,66	22,41	17,39	18,77	16,45
	II	20,30	19,07	21,66	15,71	18,77	14,12
	III	16,10	16,82	15,27	13,17	18,44	10,25
	IV	19,64	18,70	21,10	16,12	18,37	14,65
1997	I	20,37	19,26	22,32	18,02	19,49	16,94
	II	19,84	18,70	21,09	15,46	17,93	14,22
	III	17,58	18,86	16,12	14,42	20,13	11,23
	IV	20,44	19,36	22,05	17,43	19,73	15,95
1998	I	21,07	19,81	23,14	19,01	20,37	18,02
	II	20,80	20,02	21,63	16,71	19,72	15,17
	III	17,32	18,05	16,49	14,75	19,77	11,82
	IV	20,55	19,83	21,63	17,23	19,57	15,70
1999	I	19,33	18,91	19,97	16,06	18,64	14,33
	II	19,60	18,97	20,24	14,75	17,91	13,28
	III	16,42	17,15	15,62	13,42	18,22	10,88

Fuente: «Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros» INE.  
«Encuesta de Ocupación Hotelera» INE.


**Índice de estacionalidad en establecimientos hoteleros andaluces**

Años	Meses	Índice de Gini		
		Total	Espanoles	Extranjeros
1990		0,1984	0,2225	0,1784
1991		0,2076	0,2251	0,2000
1992		0,2366	0,2608	0,2193
1993		0,2065	0,2317	0,1967
1994		0,2189	0,2371	0,2095
1995		0,1867	0,2009	0,1871
1996		0,1835	0,2125	0,1752
1997		0,2018	0,2258	0,1909
1998		0,1915	0,2108	0,1889
1998	Ene.	0,1910	0,2097	0,1853
	Feb.	0,1859	0,2048	0,1794
	Mar.	0,1850	0,2037	0,1763
	Abr.	0,1874	0,2100	0,1752
	May.	0,1884	0,2081	0,1852
	Jun.	0,1860	0,2073	0,1849
	Jul.	0,1928	0,2148	0,1868
	Ago.	0,1976	0,2203	0,1901
	Sep.	0,2013	0,2212	0,1958
	Oct.	0,1991	0,2190	0,1951
	Nov.	0,1958	0,2163	0,1912
	Dic	0,1915	0,2108	0,1889

Fuente: Elaboración SAETA a partir de «Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros» INE

### Número de establecimientos de alojamiento y agencias de viajes en Andalucía

Años Trim.	Hoteles	Apartamentos	Campings	Pensiones	Agenc.Viajes	
1995	843	292	154	1.261	754	
1996	869	308	159	1.292	831	
1997	902	315	166	1.299	873	
1998	925	334	169	1.295	906	
1996	I	845	296	154	1.275	779
	II	855	299	156	1.274	805
	III	864	302	157	1.281	842
	IV	869	308	159	1.292	831
1997	I	881	303	160	1.286	832
	II	887	306	161	1.292	852
	III	897	310	163	1.301	877
	IV	902	315	166	1.299	873
1998	I	899	323	168	1.288	892
	II	905	324	167	1.298	896
	III	916	331	166	1.296	903
	IV	925	334	169	1.295	906
1999	I	938	344	168	1.298	926
	II	953	348	171	1.313	949
	III	970	364	172	1.323	977

Fuente: «Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (REAT). Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía.

Nota: El número de establecimientos proporcionados por el REAT trimestralmente se corresponden a los establecimientos dados de alta en dicho Registro el último día del trimestre de referencia. Igualmente el dato anual se corresponde con el existente a 31 de Diciembre.

**Número de plazas en los alojamientos de Andalucía**

Años	Trim.	Hoteles	Apartamentos	Campings	Pensiones
1995		129.917	39.588	86.044	29.709
1996		131.290	40.273	86.601	30.335
1997		133.801	42.934	87.572	30.094
1998		136.778	44.075	90.135	29.949
1996	I	130.002	39.437	85.822	30.061
	II	131.070	39.571	86.932	29.908
	III	132.301	40.185	86.459	30.010
	IV	131.290	40.273	86.601	30.335
1997	I	131.943	41.049	86.637	30.247
	II	133.036	42.848	86.959	30.078
	III	133.609	42.343	87.396	30.274
	IV	133.801	42.934	87.572	30.094
1998	I	133.404	42.723	89.100	29.807
	II	134.628	43.018	88.904	29.902
	III	136.169	43.939	88.523	29.836
	IV	136.778	44.075	90.135	29.949
1999	I	139.284	43.776	89.918	29.900
	II	140.286	43.810	90.034	30.192
	III	141.935	44.462	92.554	30.432

Fuente: «Registro de Establecimientos y Actividades Turística (REAT).  
 Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía.

Nota: El número de plazas proporcionadas por el REAT trimestralmente se corresponde a las plazas dadas de alta en dicho Registro el último día del trimestre de referencia. Igualmente el dato anual se corresponde con el existente a 31 de Diciembre.


**Número de establecimientos y plazas de restaurantes y cafeterías de Andalucía**

Años	Trim.	Establecimientos		Plazas	
		Restaurantes	Cafeterías	Restaurantes	Cafeterías
1995		6.151	955	406.584	47.888
1996		6.240	970	416.090	50.025
1997		6.453	996	426.684	51.936
1998		6.570	1.064	445.359	56.520
1996	I	6.166	955	409.275	47.633
	II	6.185	961	411.636	49.615
	III	6.197	960	412.856	49.703
	IV	6.240	970	416.090	50.025
1997	I	6.280	975	418.801	50.276
	II	6.323	985	422.513	50.774
	III	6.434	992	424.528	51.283
	IV	6.453	996	426.684	51.936
1998	I	6.429	1.019	432.936	53.870
	II	6.502	1.046	439.939	55.160
	III	6.540	1.055	443.664	55.774
	IV	6.570	1.064	445.359	56.520
1999	I	6.608	1.079	447.692	57.423
	II	6.698	1.101	454.182	58.662
	III	6.696	1.114	455.637	59.443

Fuente: «Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (REAT)  
Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía

Nota: El número de plazas proporcionadas por el REAT trimestralmente se corresponde a las plazas dadas de alta en dicho Registro el último día del trimestre de referencia. Igualmente el dato anual se corresponde con el existente a 31 de Diciembre.



**Índices compuestos de los establecimientos turísticos andaluces**  
**(Índices de Fisher. 1994=100)**

Años	Trim.	Índice de establecim. (1)	Índice de capacidad (2)	Índice de plazas (1) * (2)
1995		104,6	96,7	101,2
1996		108,2	94,6	102,3
1997		111,9	93,4	104,4
1998		114,7	93,1	106,8
1996	I	105,0	96,4	101,2
	II	106,2	96,1	102,0
	III	107,1	95,7	102,5
	IV	108,2	94,6	102,3
1997	I	108,7	94,6	102,8
	II	109,5	94,9	103,9
	III	110,7	94,1	104,2
	IV	111,9	93,4	104,4
1998	I	112,4	93,1	104,7
	II	112,7	93,3	105,2
	III	113,4	93,4	105,9
	IV	114,7	93,1	106,8
1999	I	115,7	92,9	107,4
	II	117,5	91,9	108,0
	III	119,5	91,9	109,8

Fuente: «Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas (REAT).  
 Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía.

### Índices ponderados del tipo de cambio y de los precios relativos de Andalucía respecto a los países extranjeros emisores de turismo (1997=100)

Años	Trim.	Índice de precios (1)	Índice de t.cambio nominal (2)	Índice de t.cambio real (1) * (2)
1995		99,53	108,60	108,09
1996		100,75	109,40	110,22
1997		100,00	100,00	100,00
1998		99,35	98,47	97,83
1995	I	99,45	105,38	104,80
	II	99,42	108,21	107,58
	III	99,50	110,06	109,51
	IV	99,77	110,81	110,56
1996	I	100,63	111,72	112,43
	II	100,87	110,17	111,12
	III	100,84	109,37	110,28
	IV	100,65	106,41	107,11
1997	I	100,46	102,05	102,51
	II	99,92	100,41	100,33
	III	99,74	98,59	98,33
	IV	99,89	98,99	98,88
1998	I	99,80	97,24	97,05
	II	99,06	97,75	96,83
	III	99,34	98,52	97,87
	IV	99,21	100,38	99,59
1999	I	100,14	98,73	98,87
	II	99,97	96,60	96,57
	III	—	96,27	—

Fuente: Elaboración SAETA a partir de datos INE, IEA, OCDE y OMT)

### Índices ponderados del tipo de cambio y de los precios relativos de Andalucía respecto a sus competidores del área mediterránea (1997=100)

Años	Trim.	Índice de precios (1)	Índice de t.cambio nominal (2)	Índice de t.cambio real (1) * (2)
1995		106,43	101,55	100,40
1996		103,92	102,68	106,70
1997		100,00	100,00	100,00
1998		95,92	102,47	98,29
1995	I	107,63	98,51	106,02
	II	106,77	102,15	109,06
	III	106,22	102,32	108,68
	IV	105,10	103,28	108,55
1996	I	104,98	103,96	109,13
	II	104,21	102,74	107,07
	III	103,81	102,59	106,50
	IV	102,67	101,44	104,15
1997	I	101,70	99,95	101,65
	II	100,40	99,93	100,33
	III	99,58	99,51	99,10
	IV	98,35	100,61	98,95
1998	I	97,33	100,76	98,07
	II	96,02	101,89	97,84
	III	95,70	102,75	98,34
	IV	94,64	104,52	98,91
1999	I	94,55	104,37	98,68

Fuente: Elaboración SAETA a partir de datos INE, IEA, OCDE y OMT)

### Distribución porcentual de los turistas en Andalucía según lugar de procedencia.

Años	Trim.	Total turistas	España	Andalucía	Resto Esp.	Extranjero	Alemania	Francia	R.Unido	Resto U.E.	Otros países
1997 (p)		16.651.946	55,49	22,97	32,52	44,51	8,24	3,25	12,88	11,44	8,71
1998 (p)		18.143.000	54,37	23,29	31,08	45,63	7,61	2,04	16,87	11,75	7,37
1997 (p)	I	2.444.332	60,68	23,36	37,32	39,32	6,68	3,23	10,14	8,43	10,84
	II	4.116.699	50,67	20,50	30,16	49,33	11,43	3,21	12,69	11,84	10,17
	III	6.531.718	58,90	24,77	34,13	41,10	6,81	3,32	11,72	11,63	7,63
	IV	3.559.197	51,24	22,23	29,00	48,76	8,25	3,19	17,09	12,71	7,53
1998 (p)	I	2.933.417	49,61	20,67	28,94	50,39	8,54	1,18	19,58	14,54	6,54
	II	4.862.783	47,86	19,46	28,40	52,14	8,37	2,66	19,24	13,62	8,25
	III	6.472.915	61,34	26,78	34,56	38,66	5,63	2,40	13,23	10,52	6,89
	IV	3.873.885	54,51	24,25	30,26	45,49	9,25	1,30	17,90	9,32	7,72
1999 (p)	I	3.437.697	52,53	23,65	28,88	47,47	8,25	1,82	20,46	9,16	7,79
	II	5.374.809	46,26	18,88	27,38	53,74	8,62	3,33	20,41	12,55	8,84
	III	6.520.984	60,38	25,42	34,96	39,62	6,88	2,13	12,37	11,89	6,36

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.

**Estancia media de los turistas en Andalucía según lugar de procedencia**

Años	Trim.	Total turistas	España	Andalucía	Resto Esp.	Extranjero	Alemania	Francia	R.Unido	Resto U.E.	Otros países
1997 (p)		11,62	9,45	8,17	10,34	14,37	15,64	14,95	13,97	14,37	14,09
1998 (p)		12,15	9,11	8,55	9,54	15,80	19,82	13,99	13,96	16,63	15,01
1997 (p)	I	9,42	6,18	4,09	7,48	14,43	16,03	12,15	15,78	12,95	14,03
	II	11,50	9,19	7,27	10,50	13,87	13,00	14,65	12,05	16,18	14,18
	III	13,44	12,92	13,37	12,60	14,18	17,39	16,04	12,38	14,02	13,55
	IV	11,04	7,11	3,85	9,60	15,17	17,14	16,40	16,35	12,75	13,88
1998 (p)	I	13,02	6,17	2,82	8,57	19,76	21,96	8,12	18,63	21,34	18,88
	II	9,70	5,97	3,80	7,45	13,12	16,34	11,12	12,14	13,16	12,75
	III	13,70	13,88	15,10	12,94	13,41	14,52	15,94	11,84	13,90	13,90
	IV	11,56	5,21	4,31	5,94	19,17	27,03	18,23	14,86	21,74	16,80
1999 (p)	I	11,92	4,41	3,03	5,55	20,22	28,62	10,27	18,43	20,52	18,04
	II	9,89	5,13	3,64	6,16	13,99	16,42	9,04	12,13	18,01	12,06
	III	13,22	13,31	14,83	12,20	13,09	14,94	13,16	11,87	13,95	11,83

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.

**Distribución porcentual de los turistas en Andalucía según tipo de alojamiento**

Años	Trim.	Alojamiento hotelero	Pensión	Apart., chalet o casa			Camping	Albergue	Otros	Total	
				Alquilada	Propia	Multiprop. Amigos y fam.					
1997 (p)		46,82	4,26	13,24	13,78	0,91	12,00	2,82	2,68	3,49	100,0
1998 (p)		46,76	5,13	13,39	12,96	1,30	12,53	2,87	1,55	3,52	100,0
1997 (p)	I	56,74	4,01	6,39	11,03	0,89	15,22	0,71	3,42	1,60	100,0
	II	52,68	5,63	10,71	11,43	1,33	10,41	2,46	3,10	2,25	100,0
	III	37,87	3,70	18,13	16,12	0,47	11,51	4,91	2,04	5,26	100,0
	IV	49,64	3,90	11,91	14,10	1,24	12,51	0,84	2,87	2,99	100,0
1998 (p)	I	55,11	2,95	12,18	11,31	2,23	9,54	1,41	1,50	3,77	100,0
	III	38,09	5,47	17,15	14,89	0,63	14,65	3,82	1,71	3,60	100,0
	IV	48,23	5,91	10,45	13,66	1,84	13,73	2,10	0,67	3,41	100,0
1999 (p)	I	48,42	6,70	10,91	11,47	1,86	13,37	2,21	2,39	2,67	100,0
	II	50,54	6,43	13,05	9,03	1,52	10,87	3,68	1,08	3,80	100,0
	III	41,61	4,27	17,33	14,90	1,05	12,42	4,37	1,28	2,76	100,0

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.

**Gasto medio diario en Andalucía según lugar de procedencia**

Años	Trim.	Total	Espanoles	Extranjeros
1997 (p)		7.113	6.145	7.918
1998 (p)		8.318	7.299	9.027
1997 (p)	I	8.322	7.672	8.751
	II	6.627	5.289	7.537
	III	6.837	6.093	7.811
	IV	7.170	5.918	7.787
1998 (p)	I	7.446	6.464	7.748
	II	9.651	8.446	10.154
	III	7.888	6.885	9.537
	IV	8.683	8.765	8.656
1999 (p)	I	7.871	9.136	7.566
	II	9.391	8.095	9.801
	III	7.660	6.371	9.657

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.


**Distribución porcentual de los turistas en Andalucía  
según organización del viaje**

Años	Trim.	Particular	Club, asoci., empresa, etc.	Agenc.Viajes	Total
1997 (p)		63,21	5,92	30,87	100,0
1998 (p)		62,47	4,66	32,87	100,0
1997 (p)	I	67,14	8,21	24,66	100,0
	II	55,17	9,21	35,62	100,0
	III	68,05	2,64	29,31	100,0
	IV	60,92	6,57	32,51	100,0
1998 (p)	I	54,93	8,41	36,67	100,0
	II	62,29	5,34	32,36	100,0
	III	66,01	2,13	31,86	100,0
	IV	62,49	5,18	32,33	100,0
1999 (p)	I	59,93	5,93	34,14	100,0
	II	55,42	6,56	38,02	100,0
	III	62,10	2,76	35,13	100,0

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.



**Motivo principal del viaje a Andalucía**

Años	Trim.	Negocios	Asistencia a ferias, congr.	Vacaciones, ocio o turismo	Otros motivos	Total
1996 (p)		7,19	2,00	84,21	6,60	100,0
1997 (p)		7,21	1,59	79,16	12,04	100,0
1998 (p)		3,66	1,03	82,11	13,21	100,0
1996 (p)	I	7,42	3,36	76,01	13,21	100,0
	II	10,56	1,48	81,61	6,36	100,0
	III	3,05	1,69	91,29	3,96	100,0
	IV	9,12	1,87	83,27	5,74	100,0
1997 (p)	I	11,59	0,70	81,40	6,31	100,0
	II	9,03	2,60	73,58	14,79	100,0
	III	4,04	0,65	84,18	11,13	100,0
	IV	4,95	2,55	75,10	17,40	100,0
1998 (p)	I	4,78	1,42	79,81	13,99	100,0
	II	4,19	0,84	81,33	13,65	100,0
	III	2,39	0,81	86,10	10,70	100,0
	IV	4,27	1,33	78,15	16,25	100,0
1999 (p)	I	3,68	1,13	79,92	15,28	100,0
	II	2,75	1,54	80,15	15,56	100,0
	III	2,02	0,66	88,44	8,89	100,0

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.

Años	Trim.	Precios	Clima	Playas	Visita a monumentos	Contacto con la naturaleza	Visita a familiares	Fiestas populares y folklore	Gastronomía	Calidad de vida / Hospitales	Excursiones	Golf	Otros deportes	Otros
1996 (p)		1,37	20,94	7,84	21,28	3,13	12,84	0,70	0,55	2,31	3,22	3,41	2,72	19,69
1997 (p)		3,49	28,58	9,02	16,22	3,15	8,00	1,10	0,75	2,96	1,67	2,85	1,59	20,74
1998 (p)		2,89	29,86	8,77	10,27	3,17	6,22	0,96	0,92	1,79	0,63	4,45	1,38	28,68
1996 (p)	I	1,22	21,19	3,05	14,63	4,27	11,59	1,52	0,76	1,07	3,35	4,73	13,41	19,21
	II	1,81	24,76	10,99	19,19	2,64	8,62	1,39	0,83	1,67	3,48	4,03	0,97	19,61
	III	1,00	19,00	14,02	20,57	4,13	12,74	0,43	0,21	3,56	2,85	3,70	0,14	17,65
	IV	1,60	20,81	2,18	26,25	1,81	15,74	0,22	0,65	1,96	3,41	2,18	1,16	22,04
1997 (p)	I	0,94	22,93	2,66	22,61	5,48	12,83	1,33	0,47	2,19	2,82	0,78	2,35	22,61
	II	4,12	27,25	11,94	18,17	3,87	5,47	1,51	0,84	2,78	2,86	3,53	0,42	17,24
	III	4,08	26,05	14,58	13,35	3,24	7,84	1,04	1,10	4,02	0,97	2,07	1,23	20,41
	IV	4,22	33,88	4,53	13,49	2,37	5,87	0,21	0,82	1,85	1,03	5,05	2,06	24,61
1998 (p)	I	3,44	32,41	4,77	9,88	2,89	4,66	0,44	0,33	1,22	0,89	7,44	1,78	29,86
	II	3,33	27,95	6,97	12,67	4,20	6,02	2,53	0,87	1,43	1,03	5,23	1,58	26,21
	III	2,44	26,40	14,36	8,65	1,55	7,82	0,67	1,00	2,61	0,22	2,33	0,55	31,39
	IV	2,69	35,57	5,02	10,48	4,84	5,11	0,09	1,34	1,34	0,63	4,57	2,15	26,16
1999 (p)	I	2,74	31,42	3,72	11,06	2,92	5,13	0,88	0,88	0,71	0,62	4,07	4,69	31,15
	II	3,10	26,19	9,96	15,31	3,01	5,27	1,09	1,00	1,92	0,92	2,51	0,25	29,46
	III	2,00	23,81	16,23	8,84	2,56	6,51	0,37	0,65	3,12	1,26	1,77	0,84	32,05

Fuente: «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» IEA. Elaboración propia.

### Principales macromagnitudes del turismo en Andalucía

	1995	1996	1997	1998
Ingresos por turismo (millones de pesetas)	—	<b>1.397.765</b>	<b>1.545.032</b>	<b>1.828.108</b>
% variación	—	—	10,54	18,32
Producción turística (millones de pesetas)	<b>991.865</b>	<b>1.062.287</b>	<b>1.196.773</b>	<b>1.407.405</b>
Crecimiento real	3,22	2,81	8,74	13,35
Crecimiento nominal	7,76	7,10	12,66	17,60
Empleo directo	<b>121.824</b>	<b>129.334</b>	<b>140.291</b>	<b>158.726</b>
% variación	0,34	6,16	8,47	13,14

Fuente: SAETA



## Impacto del turismo sobre la producción (millones de pesetas)

### Efectos Totales

Millones de pesetas corrientes.	Andalucía			
	1995	1996	1997	1998
Primario	32.973	35.314	39.785	46.787
Energía e industria básica	82.537	88.397	99.588	117.115
Industria de bienes intermedios	14.405	15.428	17.381	20.440
Alim., bebidas y tabaco	99.966	107.063	120.618	141.846
Textil, confección, cuero y calzado	3.352	3.590	4.044	4.756
Manufacturas	4.025	4.310	4.856	5.711
Construcción	9.664	10.351	11.661	13.713
Comercio	113.811	121.891	137.323	161.492
Restauración	555.570	595.015	670.343	788.325
Hostelería	233.265	249.826	281.454	330.990
Reparaciones y transp.	84.422	90.416	101.863	119.791
Comunicaciones	28.255	30.261	34.092	40.092
Ocio y cultura	26.013	27.860	31.388	36.912
Servicios destinados a la venta	113.942	122.031	137.481	161.677
Otros servicios	1.949	2.087	2.351	2.765
<b>Total</b>	<b>1.404.148</b>	<b>1.503.842</b>	<b>1.694.229</b>	<b>1.992.413</b>

Fuente: SAETA

### Efectos Directos

Millones de pesetas corrientes.	Andalucía			
	1995	1996	1997	1998
Primario	4.177	4.474	5.041	5.928
Energía e industria básica	17.121	18.337	20.658	24.294
Industria de bienes intermedios	2.127	2.278	2.566	3.018
Alim., bebidas y tabaco	14.771	15.819	17.822	20.959
Textil, confección, cuero y calzado	1.803	1.931	2.175	2.558
Manufacturas	1.936	2.073	2.336	2.747
Construcción	—	—	—	—
Comercio	57.783	61.886	69.721	81.992
Restauración	548.924	587.898	662.325	778.895
Hostelería	227.434	243.582	274.419	322.718
Reparaciones y transp.	48.481	51.923	58.497	68.792
Comunicaciones	13.228	14.167	15.961	18.770
Ocio y cultura	24.510	26.251	29.574	34.779
Servicios destinados a la venta	29.570	31.669	35.678	41.958
Otros servicios	—	—	—	—
<b>Total</b>	<b>991.865</b>	<b>1.062.287</b>	<b>1.196.773</b>	<b>1.407.405</b>

Fuente: SAETA

## Efectos Indirectos

Millones de pesetas corrientes.	Andalucía			
	1995	1996	1997	1998
Primario	28.796	30.840	34.745	40.860
Energía e industria básica	65.416	70.060	78.930	92.822
Industria de bienes intermedios	12.279	13.150	14.815	17.423
Alim.,bebidas y tabaco	85.195	91.244	102.796	120.888
Textil, confección, cuero y calzado	1.549	1.659	1.869	2.197
Manufacturas	2.089	2.237	2.520	2.964
Construcción	9.664	10.351	11.661	13.713
Comercio	56.027	60.005	67.602	79.500
Restauración	6.646	7.118	8.019	9.430
Hostelería	5.831	6.245	7.035	8.274
Reparaciones y transp.	35.941	38.493	43.366	50.999
Comunicaciones	15.027	16.094	18.131	21.322
Ocio y cultura	1.503	1.610	1.814	2.133
Servicios destinados a la venta	84.372	90.362	101.802	119.719
Otros servicios	1.949	2.087	2.351	2.265
<b>Total</b>	<b>412.283</b>	<b>441.555</b>	<b>497.456</b>	<b>585.008</b>

Fuente: SAETA

**Impacto del turismo sobre el empleo (personas)****Efectos Totales**

Personas	Andalucía			
	1995	1996	1997	1998
Primario	5.574	5.917	6.418	7.262
Energía e industria básica	1.347	1.430	1.551	1.755
Industria de bienes intermedios	1.072	1.139	1.235	1.397
Alim., bebidas y tabaco	3.744	3.974	4.311	4.878
Textil, confección, cuero y calzado	355	377	409	463
Manufacturas	526	558	606	685
Construcción	902	958	1.039	1.175
Comercio	13.826	14.679	15.922	18.014
Restauración	68.449	72.669	78.825	89.183
Hostelería	31.769	33.727	36.585	41.392
Reparaciones y transp.	7.962	8.453	9.169	10.364
Comunicaciones	2.187	2.321	2.518	2.849
Ocio y cultura	3.650	3.875	4.203	4.755
Servicios destinados a la venta	9.994	10.610	11.509	13.021
Otros servicios	151	160	174	197
<b>Total</b>	<b>151.507</b>	<b>160.847</b>	<b>174.474</b>	<b>197.401</b>

Fuente: SAETA

**Efectos Directos**

Personas	Andalucía			
	1995	1996	1997	1998
Primario	714	758	823	931
Energía e industria básica	120	127	138	156
Industria de bienes intermedios	163	173	187	212
Alim., bebidas y tabaco	646	686	744	841
Textil, confección, cuero y calzado	214	228	247	279
Manufacturas	263	280	303	343
Construcción	—	—	—	—
Comercio	8.136	8.638	9.369	10.601
Restauración	67.630	71.799	77.882	88.116
Hostelería	30.975	32.884	35.670	40.357
Reparaciones y transp.	4.684	4.972	5.394	6.102
Comunicaciones	1.024	1.087	1.179	1.334
Ocio y cultura	3.429	3.651	3.990	4.480
Servicios destinados a la venta	3.826	4.052	4.395	4.972
Otros servicios	—	—	—	—
<b>Total</b>	<b>121.824</b>	<b>129.334</b>	<b>140.291</b>	<b>158.726</b>

Fuente: SAETA

## Efectos Indirectos

Personas	Andalucía			
	1995	1996	1997	1998
Primario	4.859	5.159	5.596	6.331
Energía e industria básica	1.227	1.303	1.413	1.599
Industria de bienes intermedios	910	966	1.048	1.185
Alim., bebidas y tabaco	3.098	3.289	3.567	4.036
Textil, confección, cuero y calzado	141	149	162	183
Manufacturas	263	279	302	342
Construcción	902	958	1.039	1.175
Comercio	5.690	6.041	6.553	7.414
Restauración	819	869	943	1.067
Hostelería	794	843	914	1.035
Reparaciones y transp.	3.279	3.481	3.776	4.272
Comunicaciones	1.163	1.235	1.339	1.515
Ocio y cultura	211	224	243	275
Servicios destinados a la venta	6.177	6.558	7.114	8.049
Otros servicios	150	160	174	187
<b>Total</b>	<b>29.683</b>	<b>31.513</b>	<b>34.183</b>	<b>38.675</b>

Fuente: SAETA