

# CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE JAÉN

Por *Félix-Ángel Grande Torraleja,*  
*Agustín Muñoz Vázquez y*  
*María Jesús Hernández Ortiz*  
Universidad de Jaén

## ABSTRACT

Se realiza un análisis de las características de la demanda turística de España y de la provincia de Jaén, identificando las principales diferencias y similitudes existentes entre ambas.

## Abstract

An analysis about the characteristics of tourist demand in Spain and in province of Jaén is done, identifying main differences and common points between both of them.

## 1. INTRODUCCIÓN

**E**N este artículo se realiza un análisis de las características de la demanda turística del conjunto de España y de la provincia de Jaén para comprobar las diferencias y similitudes existentes entre ambos tipos de demanda, con el objeto de ver si las principales características de la demanda nacional se repiten o no a nivel provincial, lo que pudiera tener importantes repercusiones en la planificación y desarrollo de estrategias a nivel empresarial.

## 2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA ESPAÑOLA

El análisis de las características de la demanda turística en España nos permitirá comprobar que su estructura, aunque con unos períodos ciertamente expansivos y otros recesivos, mantiene una identidad que prácticamente no se ha alterado desde el desarrollo del turismo de masas en nuestro país.

En general, las principales variables que identifican el comportamiento de la demanda turística en *términos físicos* son tres (1):

- La afluencia de visitantes, distinguiendo entre turistas y excursionistas.
- Los viajes y desplazamientos que realizan.
- Los servicios que utilizan (alojamiento, transportes, etc.).

En *términos monetarios*, la valoración de la demanda turística se realiza tanto por el gasto de los extranjeros y nacionales en nuestro país como por el efectuado por los mismos en el exterior.

En definitiva, la demanda turística se encuentra determinada por dos factores básicos: el desplazamiento fuera del lugar habitual de residencia y el gasto realizado por ese motivo.

En particular, la demanda turística española presenta ciertos rasgos característicos entre los que destacan (2): el crecimiento continuado de visitantes, la doble concentración espacial y temporal y la heterogeneidad de la demanda turística global junto con la homogeneidad del segmento vacacional en el que se ha especializado la oferta turística española.

A continuación, y dentro del contexto general establecido, analizaremos detenidamente cada uno de estos rasgos.

### 2.1. Concentración temporal y espacial

La concentración temporal o estacionalidad es una de las características más importantes del fenómeno turístico. La afluencia de viajeros no se rea-

---

(1) ESTEBAN TALAYA, A. (1996): «Comportamiento de la demanda turística en España. Realidad actual y previsiones», en Valdés Peláez, L., y Ruiz Vega, A. (Eds.) (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Servicio de Publicaciones. Universidad de Oviedo, págs. 41-56.

(2) ESTEBAN TALAYA, A. (1996): *op. cit.*, págs. 41-56.

liza en igual medida a lo largo de todos los meses del año, sino que presenta una alta afluencia en verano, o «temporada alta», descendiendo en invierno a cifras muy bajas. Son diversas las causas que explican este comportamiento entre las que destacan, fundamentalmente, el clima y la periodificación de las vacaciones laborales y escolares (3), siendo los efectos de este comportamiento de la demanda muy negativos para aspectos tales como:

–Dificultad de amortización de las inversiones realizadas como consecuencia de la existencia de largos períodos de inactividad.

–Congestión de las infraestructuras públicas y privadas durante los meses de temporada alta, con importantes efectos negativos tanto sobre la calidad de la oferta como sobre el bienestar de la población, para pasar posteriormente a encontrarse infrautilizadas en temporada baja.

Por regla general, los meses de verano y los períodos de vacaciones soportan un flujo de turistas muy por encima del resto del año. Esta demanda irregular se acentúa aún más para los flujos internacionales, disminuyendo levemente para los desplazamientos nacionales internos. Tanto en la demanda originada por los españoles como por los extranjeros se aprecia una fuerte estacionalidad con la concentración de los consumos en el tercer trimestre del año (*Tablas 1 y 2*), fenómeno que también puede detectarse analizando los datos de la *Tabla 3*, donde el índice de estacionalidad en establecimientos hoteleros para el total de España presenta valores superiores en los meses de julio, agosto y septiembre.

Del análisis de las tablas anteriores se comprueba fácilmente que el turismo a nivel nacional se agrupa fundamentalmente en los meses de julio, agosto y septiembre, existiendo una notable diferencia entre el grado de ocupación de estos meses y el resto del año. Si analizamos con detenimiento la *Tabla 1* correspondiente al «Número de Viajeros», se observa que la concentración de los turistas españoles en los meses de julio, agosto y septiembre (32,4% y 32,3% para 1998 y 1999, respectivamente) es inferior a la concentración de visitantes extranjeros para ese mismo período de tiempo (35,6% y 35,3% para 1998 y 1999, respectivamente), por lo que po-

---

(3) HIDALGO MORATAL, M. (1996): «Aspectos macroeconómicos del turismo», en Pedreño Muñoz, A., y Monfort Mir, V. (1996): *Introducción a la Economía del turismo en España*. Ed. Civitas. Madrid. pág. 173.

**TABLA 1**  
**Número de viajeros**

	1998			1999		
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero
Enero . . . . .	2.122.339	1.314.568	807.771	2.775.738	1.696.976	1.078.762
Febrero . . . . .	2.484.436	1.574.863	909.573	3.205.892	1.971.767	1.234.125
Marzo . . . . .	3.166.177	1.932.415	1.233.762	4.143.342	2.462.481	1.680.861
Abril . . . . .	4.012.337	2.266.191	1.746.146	4.931.385	2.738.154	2.193.231
Mayo . . . . .	4.492.185	2.179.690	2.312.495	5.724.555	2.708.247	3.016.308
Junio . . . . .	4.430.244	2.255.396	2.174.848	5.834.331	2.829.189	3.005.142
Julio . . . . .	4.956.646	2.632.220	2.324.426	6.415.298	3.300.631	3.114.667
Agosto . . . . .	5.503.802	3.026.894	2.476.908	6.986.211	3.753.975	3.232.236
Septiembre . . . . .	5.059.367	2.663.485	2.395.882	6.329.504	3.200.763	3.128.741
Octubre . . . . .	4.250.303	2.282.729	1.967.574	5.447.891	2.844.631	2.603.260
Noviembre . . . . .	2.816.954	1.812.645	1.004.309	3.570.715	2.132.074	1.438.641
Diciembre . . . . .	2.548.342	1.701.352	846.990	3.204.082	2.130.796	1.073.286

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos INE. 2001.

**TABLA 2**  
**Grado de ocupación de establecimientos hoteleros**

	1998	1999
Enero . . . . .	44,91	49,92
Febrero . . . . .	53,35	56,82
Marzo . . . . .	56,31	60,34
Abril . . . . .	60,96	62,79
Mayo . . . . .	61,11	63,91
Junio . . . . .	66,12	67,95
Julio . . . . .	74,23	71,45
Agosto . . . . .	84,98	78,81
Septiembre . . . . .	73,13	74,26
Octubre . . . . .	60,95	65,40
Noviembre . . . . .	52,16	57,44
Diciembre . . . . .	45,91	46,49

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos INE. 2001.

TABLA 3

## Índice de estacionalidad en establecimientos hoteleros. 1999

	Índice de Gini					
	ANDALUCÍA			ESPAÑA		
	Total	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros
Enero . . . . .	0.1867	0.2062	0.1837	0.2352	0.2066	0.2579
Febrero . . . . .	0.1840	0.1982	0.1840	0.2286	0.2026	0.2492
Marzo . . . . .	0.1808	0.1964	0.1798	0.2236	0.2000	0.2424
Abril . . . . .	0.1820	0.1960	0.1789	0.2204	0.2009	0.2375
Mayo . . . . .	0.1825	0.1955	0.1852	0.2221	0.2003	0.2411
Junio . . . . .	0.1831	0.1956	0.1949	0.2251	0.2004	0.2495
Julio . . . . .	0.1892	0.1976	0.1981	0.2339	0.2016	0.2628
Agosto . . . . .	0.1966	0.1984	0.2056	0.2435	0.2005	0.2750
Septiembre . .	0.2005	0.1976	0.2120	0.2488	0.2015	0.2792
Octubre . . . . .	0.1982	0.1976	0.2096	0.2465	0.2010	0.2755
Noviembre . .	0.1945	0.2011	0.2013	0.2401	0.1992	0.2654
Diciembre . . .	0.1914	0.2003	0.1960	0.2355	0.1933	0.2628

FUENTE: *Boletín de indicadores turísticos de Andalucía*. Junta de Andalucía, núm. 17.

demos decir que el turismo extranjero es más estacional todavía, si cabe, que el procedente del país.

Sin embargo, esto no es así en todos los lugares, puesto que existen zonas turísticas, como por ejemplo Benidorm, en las cuales a través de una adecuada política de desestacionalización se ha conseguido que prácticamente durante todo el año el volumen de turistas extranjeros sea superior al nacional, invirtiéndose esta situación exclusivamente en los meses de verano (4).

La estacionalidad es una consecuencia típica del turismo de masas, ya que las clases altas pueden viajar en principio en cualquier época del año.

La distribución de la demanda de una forma más regular a lo largo del año se puede conseguir de varias maneras. La primera de ellas pasaría por conseguir que las vacaciones de los trabajadores se tomen en otras épocas,

(4) MONFORT MIR, V. (1997): *Balace de la actividad turística en la Comunidad Valenciana*. AECIT, pág. 423.

lo mismo que las vacaciones escolares. Otras medidas consisten en incentivar las épocas de temporada baja con precios reducidos, desarrollo de ofertas alternativas, promover el turismo de la tercera edad, etc.

La concentración geográfica se produce tanto en las zonas emisoras como en las receptoras.

Con relación a la concentración en las zonas emisoras hemos de decir, que según datos del INE (5) para 1999, el 54% de los turistas son residentes en nuestro país y el resto son residentes en el extranjero, y a su vez dentro de éstos, en función de las cifras proporcionadas por la Secretaría General de Turismo, alrededor de un 83% proceden de Europa. Este tipo de concentración se debe básicamente a dos factores (6):

1. Las elevadas tasas de salida al extranjero que poseen los principales países europeos y del norte de América.
2. La gran concentración de europeos en nuestro país se produce por la propensión a nivel mundial de viajar a zonas próximas dentro de los mismos continentes o regiones de residencia.

Por lo que respecta a la concentración espacial de destino, ésta viene originada por las siguientes causas:

1. Climatología.
2. Mayor presencia de estos lugares en la oferta de productos turísticos de los operadores internacionales.
3. Persistencia de costumbres sociales de viajar a las localidades turísticas tradicionales.
4. La concentración de la oferta turística.

Si tomamos como referencia el año 1999, la concentración geográfica en las zonas receptoras se pone claramente de manifiesto en España, donde seis Comunidades Autónomas (Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana) concentran el 72,55% de la demanda turística total, «nacional y extranjera» (Tabla 4).

(5) INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2001): *Encuesta de ocupación hotelera*. Instituto Nacional de Estadística.

(6) ESTEBAN TALAYA, A. (1996): *op. cit.*, pág. 44.

TABLA 4

**Viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Distribución según las principales Comunidades Autónomas. Año 1999**

	Andalucía %	Baleares %	Canarias %	Cataluña %	Madrid %	C. Valenc. %	Otras CC.AA.%
Enero . . . . .	17,44	5,45	14,73	14,61	13,80	7,69	26,29
Febrero . . . . .	19,37	6,58	12,13	15,67	11,69	8,24	26,31
Marzo . . . . .	20,47	7,44	11,31	14,11	11,29	7,87	27,51
Abril . . . . .	21,05	9,20	8,35	16,90	9,92	7,41	27,17
Mayo . . . . .	19,08	16,19	7,06	17,87	9,04	6,86	23,90
Junio . . . . .	18,14	17,43	6,12	18,56	8,51	6,82	24,42
Julio . . . . .	15,59	15,87	6,92	19,43	6,63	7,51	28,05
Agosto . . . . .	15,80	14,78	6,85	18,77	5,59	7,64	30,57
Septiembre . . . . .	17,50	14,98	6,46	17,29	8,16	7,61	28,00
Octubre . . . . .	18,74	11,97	8,72	15,38	9,84	7,38	27,97
Noviembre . . . . .	19,16	4,64	12,67	13,83	12,50	8,20	29,00
Diciembre . . . . .	19,16	5,01	11,51	14,64	11,77	7,75	30,16
TOTAL . . . . .	18,22	12,03	8,65	16,88	9,26	7,51	27,45

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística de Andalucía, 2001.

Por lo tanto, parece confirmarse nuestro planteamiento inicial sobre la concentración espacial de la demanda turística. Si diferenciamos entre turistas nacionales y extranjeros, la concentración en estas zonas geográficas es todavía mayor para el caso de los residentes en el extranjero, pues aproximadamente el 89,8% de ellos eligen esas Comunidades Autónomas como destino de sus desplazamientos; en cambio, el 58,02% de la demanda procedente de España elige esas Comunidades como lugar de destino, de manera que esta demanda experimenta un menor grado de concentración espacial.

En la actualidad, y al amparo de un consumo turístico diferente, se está produciendo la consolidación de un nuevo modelo de desarrollo turístico que va a provocar indefectiblemente una importante reducción del fenómeno estacional. Del análisis de las cifras anteriores se puede deducir un mejor reparto temporal en el número de turistas, lo que obviamente está originando un alargamiento de la temporada alta hacia los meses de primavera y otoño.

Aguiló (7) considera que los cuatro factores que explican esta tendencia son los siguientes:

–*Factores sociodemográficos*: El hecho de que la distribución de la población por edades influya en el crecimiento del turismo de tercera edad permite una mayor flexibilidad de elección de los períodos temporales del viaje.

–*Factores laborales*: Las características cambiantes en la organización de la producción en favor de una mayor flexibilidad en los horarios laborales crean unas condiciones favorables hacia la mejor distribución temporal de los períodos vacacionales.

–*Factores de comportamiento del consumidor*: El turista actual se plantea, cada vez más, la realización de unas vacaciones más independientes. A partir de aquí, en función de una mayor experiencia, busca alcanzar nuevos objetivos. Evidentemente muchos de ellos se alejarán de la motivación «sol y playa» y, por tanto, de una concentración de las vacaciones.

–*Factores institucionales*: La desregularización del transporte aéreo, con lo que supone de aumento de las líneas y conexiones entre lugares, puede favorecer esta tendencia desestacionalizadora. La primera y más visible consecuencia de la liberalización del transporte aéreo está siendo la reducción del precio de las tarifas, lo cual facilita el aumento de la demanda de los destinos más lejanos, produciéndose de esta manera una descongestión de las tradicionales zonas turísticas.

Los empresarios del sector turístico son parte interesada en la desestacionalización de la demanda, pues desean rentabilizar su actividad durante el mayor tiempo posible. A ello está contribuyendo el desarrollo de una fuerte demanda de otro tipo de turismo fuera del tradicional al que las zonas turísticas están acoplado y adaptando sus infraestructuras, como es el deporte, el turismo relacionado con la salud, el turismo cultural, etc.

El programa de vacaciones del INSERSO ha sido durante años el primer paso en el objetivo de neutralizar la estacionalización. Estos programas han permitido mantener abierta la oferta en zonas de la costa mediterránea durante los meses de invierno, que de otra manera hubiera permanecido cerrada.

---

(7) AGUILÓ PÉREZ, E. (1996): «Evolución y expectativas de la actividad turística», en Pedreño Muñoz, A., y Monfort Mir, V. (1996): *op. cit.*, pág. 59.

Junto al turismo deportivo y cultural, el turismo rural es una de las bazas más interesantes para quebrar la estacionalidad y al mismo tiempo rehabilitar zonas despobladas. De esta forma se va creando una oferta complementaria a la costa.

El turismo de congresos es otra de las alternativas de gran importancia en los meses de invierno. Por ejemplo, la Comunidad de Madrid sería la más singular, representado una de las fuentes de ingresos más importantes (8).

A los esfuerzos de la Administración por alargar la temporada y erradicar la estacionalidad se suman también los empresarios del sector. A pesar de que la actuación a nivel individual sigue siendo mayoritaria, limitándose a mantener sus establecimientos abiertos con una oferta de animación, son cada vez más los que actúan en conjunto con otros empresarios de la zona. Un ejemplo de ello es el programa creado por la Asociación de Hoteleros de Pollença, que consiste en la programación conjunta entre varios empresarios de actividades que se celebran a lo largo del día (9).

## 2.2. Heterogeneidad de la demanda

La demanda turística está constituida por una amplia gama de consumidores que conjugan en su comportamiento muchas características diferenciales, lo que nos proporciona la posibilidad de segmentar la demanda turística en función de varios criterios, ya que la creciente variabilidad de la demanda permite identificar segmentos de mercado que podemos definir como subconjuntos distintos de consumidores que responden a características similares entre sí.

Diferentes autores han propuesto diferentes criterios de segmentación. A continuación comentaremos algunos de ellos.

Bull (10) distingue tres métodos de segmentación de la demanda turística:

*-Segmentación según el motivo del viaje.*

---

(8) ÁLVAREZ CUERVO, R. (1997): *El turismo en la Comunidad Autónoma de Madrid*. AECIT, págs. 465-478.

(9) *Hosteltur* (1996), núm. 36. Octubre 1996, pág. 14.

(10) BULL, A. (1994): *La economía del sector turístico*. Ed. Alianza. Madrid. pág. 24.

–*Segmentación psicográfica*: realizada sobre la base de los estilos de vida y los motivos. En este caso se vinculan los estilos de vida con las motivaciones para adquirir determinados bienes y servicios y, en particular, se han encontrado vinculaciones con productos específicos.

–*Segmentación interactiva*: Aunque para comprender la formación de los tipos de comportamiento de los turistas es importante examinar los factores de las actividades, intereses y opiniones y los rasgos de personalidad, para el análisis económico muchas veces será suficiente clasificar o segmentar a los turistas por *el efecto de su conducta* en los destinos y en la industria de viajes.

Por su parte, Monfort et al. (11) distingue los siguientes tipos de segmentación:

–*Segmentación según motivo de la visita*: En este caso la finalidad del viaje confiere unas características determinadas a cada segmento.

–*Segmentación según variables socioeconómicas y demográficas*: Se trata de variables descriptivas que aportan información de carácter demográfico, social o económico sobre la demanda turística (edad, nivel de renta, sexo, etc.).

–*Segmentación geográfica*: Se basa en el lugar de procedencia de los integrantes de la demanda turística. Este análisis no debe reducirse exclusivamente al estudio de las zonas de origen de la demanda, sino también al estudio de sus características geográficas, tales como tamaño de la población, densidad de la población, etc.

–*Segmentación psicográfica*: Atiende al estudio de los estilos de vida, los valores del individuo, las actividades que realiza, las opiniones ante diferentes circunstancias, etc., que describen una forma de ser y de vivir que afecta al comportamiento turístico y que pueden servir para identificar segmentos de consumidores con un comportamiento homogéneo.

–*Segmentación relativa al producto/Segmentación según el comportamiento del consumidor*: Se utilizan variables que caracterizan al consumo turístico referidas al comportamiento del consumidor ante un producto concreto, en contraposición a las variables anteriores que analizan la demanda

---

(11) MONFORT MIR, V.; MORANT MORA, A., y IVARS BAIDAL, J. (1996): «Demanda turística», en Pedreño Muñoz, A., y Monfort Mir, V. (1996): *op. cit.*, págs. 81-84.

frente al consumo entendido genéricamente. Se estudia el nivel de lealtad a la marca, la frecuencia de uso del producto, el medio de transporte utilizado, etc.

—*Segmentación por canal de comercialización utilizado por el turista:* Se basa en que el consumo turístico puede escoger entre diversos canales de comercialización. La elección de uno o de otro introduce sensibles diferencias en la práctica del turismo que han llevado a considerarlos como un criterio válido de segmentación, principalmente para saber cuál es el procedimiento óptimo para colocar el producto que queremos vender al alcance del consumidor.

Resultaría muy difícil segmentar la demanda turística según la totalidad de los criterios antes expuestos como consecuencia de la falta de información en muchos de los casos. En nuestro análisis, consideraremos que la heterogeneidad de la demanda turística se manifiesta a través de las motivaciones de los turistas y de la diversidad de componentes del producto turístico (medios de transporte, tipo de alojamiento, etc.).

Así, en primer lugar, pondremos de manifiesto la heterogeneidad de la demanda turística nacional a través del análisis de las diferentes *motivaciones* que llevan a los individuos al ejercicio de la actividad turística.

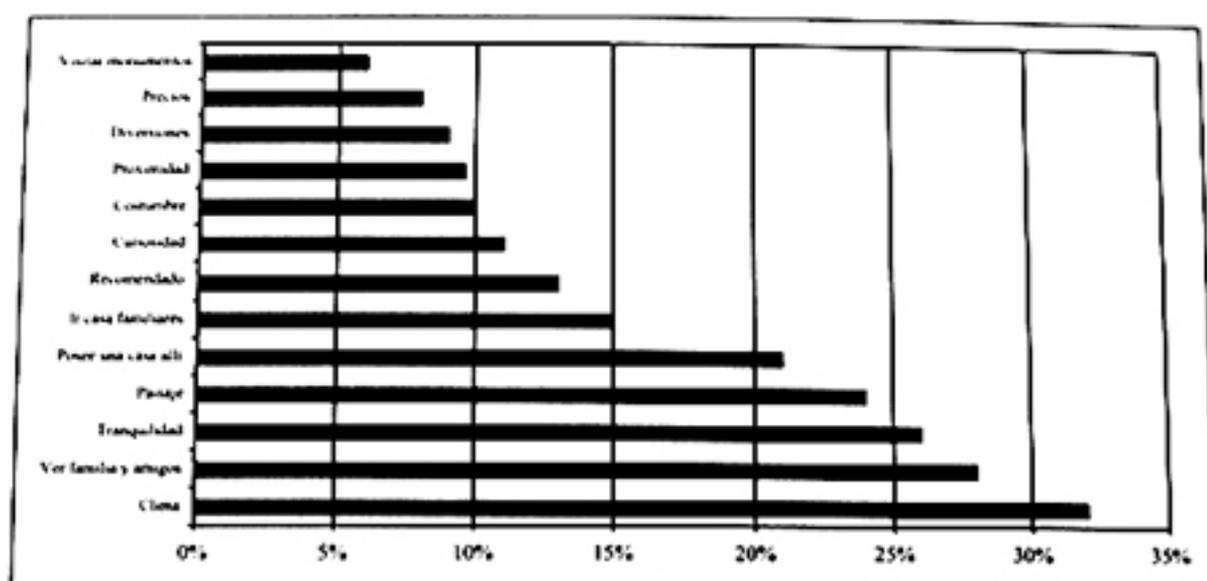
Del análisis de la encuesta «Los españoles y las vacaciones», elaborada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (12), se pone de manifiesto la gran variedad de motivaciones existentes en cuanto a la elección por parte de los individuos del lugar de disfrute de sus vacaciones. En este sentido destacan, a la vista del *gráfico 1* y por orden de importancia, las siguientes: el clima, visitar a la familia y a los amigos, la tranquilidad del lugar, el paisaje, poseer una casa o piso allí, ir a casa de los familiares o amigos, etc.

Sin embargo, también es preciso afirmar que los turistas no van a tener únicamente una sola motivación a la hora de desarrollar una actividad turística, sino que la realización de la misma podrá venir determinada por varios factores motivacionales, ya que incluso podríamos llegar a hablar de que cada turista tiene un conjunto de motivaciones diferentes. Este plantea-

---

(12) CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (1995): *Los Españoles y las Vacaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Estudio CIS 2.193. Octubre 1995.

GRÁFICO I



FUENTE: Centro de Investigaciones Sociológicas.

miento podemos completarlo con la continua movilidad de la demanda, la cual modifica de forma frecuente sus gustos y preferencias, no permaneciendo constantes las motivaciones en el tiempo.

Por lo tanto, la enorme variabilidad de los motivos esgrimidos por los visitantes a la hora de seleccionar el destino, parece confirmar la afirmación inicial sobre la heterogeneidad de la demanda turística.

Siguiendo con el planteamiento que apuntamos anteriormente, procedemos a continuación a confirmar la heterogeneidad existente en la demanda turística nacional mediante el estudio de ciertos componentes del consumo turístico efectuado por los turistas. Así, en primer lugar, procederemos a analizar el *elemento de transporte* utilizado por los turistas en sus desplazamientos, puesto que consideramos que la elección del medio de transporte constituye un importante criterio de segmentación de la demanda turística que llega a una zona determinada.

Al analizar los datos contenidos en la *Tabla 6* sobre la entrada de visitantes en nuestro país según medio de transporte, podemos observar un comportamiento heterogéneo por parte de los turistas que en función de la importancia que le otorguen a la distancia física, económica y cultural, van a adaptar su comportamiento turístico a los medios de transporte existentes a su alcance.

**TABLA 6**  
**Entrada de turistas por meses y vía de acceso**

	Carretera		Aeropuerto		Ferrocarril		Puerto	
	1998 %	1999 %	1998 %	1999 %	1998 %	1999 %	1998 %	1999 %
TOTAL . . . .	22,32	22,48	72,71	72,79	0,89	0,86	4,08	3,86
Enero . . . . .	1,49	2,01	5,44	5,53	4,91	5,45	3,14	3,72
Febrero . . . .	2,64	3,28	5,41	5,51	4,34	4,49	3,19	3,61
Marzo . . . . .	3,69	5,05	6,83	6,92	5,90	6,73	3,84	5,12
Abril . . . . .	7,83	7,21	7,93	7,64	7,75	8,48	6,09	8,28
Mayo . . . . .	8,14	8,87	9,57	9,50	7,44	7,56	10,29	8,60
Junio . . . . .	7,88	7,29	9,67	9,79	9,53	9,90	8,53	8,48
Julio . . . . .	22,09	22,31	10,64	11,11	13,70	14,25	8,38	8,41
Agosto . . . . .	21,78	19,45	11,90	11,56	16,62	14,23	23,90	17,62
Septiembre . .	9,35	8,98	10,66	10,64	10,91	10,10	13,51	15,02
Octubre . . . .	7,13	7,25	9,89	10,25	7,56	7,32	9,66	10,45
Noviembre . . .	3,49	3,56	6,40	6,30	4,88	5,18	5,25	5,66
Diciembre . . .	4,48	4,74	5,65	5,23	6,45	6,31	4,22	5,01

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Frontur. Instituto de Estudios Turísticos. 2001.

De la tabla anterior se deduce que los turistas que llegan a nuestro país procedentes del extranjero prefieren el avión (aproximadamente en un 70%) a cualquier otro medio de transporte, seguido de lejos por el vehículo propio (en torno al 20%), el barco (4%) y en último lugar el ferrocarril (aproximadamente el 1%).

Estos datos parecen indicar que la mayoría de turistas extranjeros otorgan mucha importancia a la distancia física, por lo que pretenden efectuar el viaje de la manera más rápida deseando pasar el mayor tiempo posible en el lugar de destino. Sin embargo, los usuarios del barco conciben el viaje como una actividad más dentro de sus vacaciones.

Por lo que respecta a los turistas nacionales, la encuesta elaborada por el Centro de Investigaciones Sociológicas sobre las vacaciones de los españoles pone de manifiesto que el coche es el vehículo preferido por los mismos, seguido a cierta distancia, y en este orden, por el autocar, el avión en vuelo regular, el tren, el avión en vuelo chárter y el barco.

Por lo tanto, a partir de lo analizado hasta el momento, podemos decir que la demanda turística española también está compuesta por una amplia gama de consumidores que poseen motivaciones diferentes a la hora de elegir su medio de transporte.

Otra forma de comprobar el comportamiento heterogéneo de la demanda turística a nivel nacional, es mediante el análisis del *número de viajeros según la categoría del establecimiento*.

**TABLA 7**

**Número de viajeros según la categoría del establecimiento.  
Año 1999**

	Residentes en España	Residentes extranjero	Total
<b>TOTAL</b> .....	31.789.678	26.799.260	58.588.944
<i>Estrellas de oro*</i>			
Cinco .....	882.048	1.110.923	1.992.964
Cuatro .....	8.149.868	8.312.599	16.462.469
Tres .....	9.626.828	10.763.027	20.392.860
Dos .....	4.274.332	2.721.121	6.995.452
Una .....	1.961.226	1.188.183	3.149.410
<i>Estrellas de plata**</i>			
Dos y tres .....	3.458.126	1.465.331	4.923.456
Una .....	3.434.253	1.238.076	4.672.328

(\*) Se refiere exclusivamente a los hoteles.

(\*\*) Se refiere exclusivamente a hostales.

FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. 2001.

Del análisis de la *Tabla 7* se deduce que en el caso de los hoteles de cinco estrellas el número de visitantes es superior para individuos procedentes del extranjero, concentrándose la demanda española fundamentalmente en los hoteles de tres y cuatro estrellas en un porcentaje bastante similar (30,3% y 25,6%, respectivamente). Lo que sí resulta significativo es el hecho de la menor demanda por parte de los extranjeros de los hostales con relación a los viajeros residentes en España, puesto que aproximadamente el 10% de los viajeros extranjeros han pernoctado en hostales, mientras que en el caso de los españoles ese porcentaje se eleva al 21,7%.

Con carácter general, son las zonas costeras las que presentan un mayor grado de ocupación en comparación a los establecimientos hoteleros de las zonas rurales del interior, lo cual indica una cierta homogeneidad de la demanda en la elección de un turismo de sol y playa. Es a partir de 1995 cuando comienza a ponerse de manifiesto la pérdida de competitividad de los destinos tradicionales de sol y playa, de manera que el importante incremento en el número de viajeros entrados en establecimientos hoteleros de las zonas rurales evidencia la tendencia diversificadora iniciada por la demanda turística (13).

También hemos de tener en cuenta que los turistas no sólo eligen para pasar sus vacaciones establecimientos hoteleros, sino que la mayor parte de ellos utilizan alojamientos extrahoteleros, principalmente la modalidad de apartamentos de alquiler e incluso, se está produciendo un incremento de las segundas residencias en las zonas turísticas. Sin embargo, este tipo de alojamiento presenta importantes problemas de censo debido a su difícil control por parte de la Administración, estimándose que se generan en torno a 300 millones de pernoctaciones anuales (14).

Según datos de las encuestas Frontur y Familitur (15), elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos, el 22% de los españoles que han viajado durante los meses de verano se han alojado en establecimientos hoteleros, mientras que para los turistas extranjeros este porcentaje se eleva hasta el 72%. Estas cifras nos ayudan a comprender la importancia alcanzada por los establecimientos extrahoteleros entre la demanda turística.

Por tanto, podemos afirmar que la diversidad en la elección del tipo de alojamiento y categoría por parte de los viajeros, pone de manifiesto la existencia de una gran variabilidad en la forma en la que los turistas se plantean el disfrute de sus vacaciones, acomodando en este caso concreto el tipo de alojamiento elegido a una gran variedad de elementos (económicos, sociales, culturales, etc.), lo cual es significativo de la heterogeneidad exis-

---

(13) VERA REBOLLO, J.; ANTÓN CLAVES, S.; BUSTAMANTE, J. e IVARS BAIDAL, J. (1997): *El turismo de litoral*. AECIT. pág. 553.

(14) PONS ORPHÉE, P. (1992): «El turismo receptivo español», *Cuadernos del Tiempo Libre*. Madrid, pág. 33.

(15) Base de Datos Estadísticos para el Análisis de la Economía del Turismo. Instituto de Estudios Turísticos. 2001.

existente dentro la demanda turística, pudiendo establecerse una clara distinción entre los diferentes tipos de turistas.

Para concluir, a modo de resumen, podemos decir que el planteamiento inicial efectuado sobre el comportamiento heterogéneo de la demanda turística, parece confirmarse sobre la base del análisis efectuado acerca de las motivaciones de los turistas y de algunos de los componentes del consumo turístico, como son el tipo de alojamiento y medio de transporte utilizado.

### **3. DEMANDA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE JAÉN**

Pretendemos ahora comprobar si los factores comentados sobre la estructura de la demanda turística nacional también se presentan de igual manera a nivel provincial.

En el caso de una actividad como la turística, es muy difícil conocer con igual precisión los movimientos de demanda interna y los datos de turistas e ingresos por concepto de turismo extranjero. Sin embargo, es necesario conocer cuál es el comportamiento de la demanda turística de la provincia de Jaén y analizar si se ajusta a las características de la demanda turística nacional, para, en función de las diferencias o similitudes existentes entre las características de la actividad turística a nivel nacional y la desarrollada en la provincia, comprobar si el comportamiento estratégico de las empresas turísticas de la provincia de Jaén debe ser similar o diferir del observado en las empresas turísticas nacionales, salvando siempre las distancias oportunas, puesto que el turismo a nivel nacional principalmente es un turismo de sol y playa, mientras que el turismo de la provincia de Jaén es eminentemente rural.

#### **3.1. Concentración temporal y espacial**

Para el conjunto de la nación hemos concluido que la demanda turística está caracterizada por una concentración tanto espacial como temporal.

Veamos en primer lugar, apoyándonos en los datos proporcionados por el Instituto de Estadística de Andalucía y el Instituto Nacional de Estadística, si la demanda provincial, al igual que sucedía con la nacional, procede de ciertas áreas muy concretas. Para ello, observemos las *Tablas 8a*, *8b* y *8c*.

TABLA 8a

**Viajeros entrados en establecimientos hoteleros según país de procedencia en la provincia de Jaén**

País	Año 1990		Año 1991		Año 1992		Año 1993	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
España .....	282.607	86,39	288.421	88,15	226.822	85,70	226.161	87,65
Alemania .....	6.380	1,95	6.043	1,85	4.371	1,65	4.526	1,75
Francia .....	10.041	3,07	8.766	2,68	10.144	3,83	7.191	2,79
Reino Unido .....	7.490	2,29	6.468	1,98	5.056	1,92	4.929	1,91
EE.UU. ....	5.018	1,53	3.957	1,21	3.770	1,43	3.073	1,19
Resto mundo .....	28.929	8,84	13.552	4,14	14.446	5,46	12.159	4,71
Total extranjeros ..	44.509	13,61	38.786	11,85	37.787	14,30	31.878	12,35
Total viajeros .....	327.116	100,00	327.207	100,00	264.669	100,00	258.039	100,00

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Anuario Estadístico de Andalucía, Movimiento de Viajeros en establecimientos turísticos y Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. Varios años.

TABLA 8b

**Viajeros entrados en establecimientos hoteleros según país de procedencia en la provincia de Jaén**

País	Año 1994		Año 1995		Año 1996		Año 1997	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
España .....	245.536	86,70	237.261	85,60	264.092	87,30	261.893	86,17
Alemania .....	6.039	2,13	7.253	2,62	8.603	2,84	7.910	2,60
Francia .....	7.724	2,73	7.751	2,80	7.835	2,59	7.966	2,62
Reino Unido .....	6.457	2,28	5.281	1,91	4.908	1,62	5.348	1,76
EE.UU. ....	3.696	1,31	4.299	1,55	2.951	0,98	3.221	1,06
Resto mundo .....	13.573	4,79	15.338	5,53	14.109	4,66	17.596	5,79
Total extranjeros ..	37.680	13,30	39.922	14,40	38.406	12,70	42.041	13,83
Total viajeros .....	283.216	100,00	277.183	100,00	302.498	100,00	303.934	100,00

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Anuario Estadístico de Andalucía, Movimiento de Viajeros en establecimientos turísticos y Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. Varios años.

TABLA 8c

**Viajeros entrados en establecimientos hoteleros según país de procedencia en la provincia de Jaén**

País	Año 1998		Año 1999	
	Total	%	Total	%
España . . . . .	294.263	85,41	373.460	83,07
Alemania . . . . .	9.149	2,66	11.145	2,48
Francia . . . . .	9.241	2,68	15.870	3,53
Reino Unido . . . . .	7.111	2,06	9.093	2,02
EE.UU. . . . .	5.048	1,47	7.461	1,66
Resto Mundo . . . . .	19.714	5,72	32.533	7,24
Total Extranjeros . . . . .	50.263	14,59	76.102	16,93
Total Viajeros . . . . .	344.526	100	449.562	100

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Anuario Estadístico de Andalucía, Movimiento de Viajeros en establecimientos turísticos y Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. Varios años.

Del análisis de las tablas anteriores se llega rápidamente a la conclusión de que la demanda turística de la provincia de Jaén es eminentemente de procedencia nacional. Como se puede comprobar, en todos los años considerados el porcentaje de turistas nacionales que llegan a la provincia de Jaén es superior al 83%, llegándose en algún año incluso al 88% (1991). Los turistas procedentes de otros países suponen para el período analizado en torno al 13% del total de turistas llegados a la provincia, alcanzando su porcentaje máximo en 1999 (16,93%). A su vez, dentro de la demanda procedente del exterior de nuestro país, tres países europeos suponen en torno al 47.5% de la demanda exterior (datos de 1999).

Por lo tanto, llegamos a la conclusión que la demanda que llega a la provincia de Jaén es una demanda altamente concentrada desde el punto de vista geográfico, teniendo el turismo extranjero una presencia relativamente baja.

Es interesante tener en cuenta esta concentración geográfica, ya que nos permitirá diseñar las características básicas del turista que demanda a la provincia de Jaén como destino de sus vacaciones y proceder a la segmentación del mismo.

Además de la concentración espacial, la demanda turística nacional se caracterizaba por una concentración temporal. En España los meses de verano y los períodos de vacaciones soportan un flujo de turistas muy por encima del resto del año. Esta demanda irregular se acentúa para los flujos internacionales (16), disminuyendo levemente para los desplazamientos nacionales internos (17). Tanto en la demanda originada por los españoles como la procedente del exterior, se aprecia la fuerte estacionalidad existente en el tercer trimestre del año.

Determinar el grado de estacionalidad de la demanda turística interior resulta complicado como consecuencia de la dificultad para conseguir información precisa sobre el movimiento interno de turistas. En nuestro caso vamos a utilizar el número de viajeros que llegan a establecimientos hoteleros de la provincia de Jaén recogidos en las *Tablas 9, 10, 11 y 12*.

Al analizar los datos de las tablas anteriores, que nos indican el número de visitantes nacionales y extranjeros de la provincia de Jaén, observamos que en el período considerado existe una mayor concentración de visitantes generalmente en los meses de abril, septiembre y octubre, lo cual coincide con el inicio de la Primavera y del Otoño. Esta situación difiere del comportamiento ya comentado para el turismo nacional, en donde observábamos que los meses en los que se producía una mayor concentración eran habitualmente los meses de julio, agosto y septiembre.

Si distinguimos entre turistas nacionales y extranjeros, y para el caso concreto de los turistas nacionales, los meses del año en los que se experimentan las mayores entradas de turistas son abril y septiembre. Sólo en 1991 y 1997 el mes de agosto experimenta el mayor volumen de viajeros, pero con unas cifras relativamente poco diferentes a las de los meses de abril y septiembre. En el caso de los turistas extranjeros, al igual que ocurre con los nacionales, prefieren los meses de primavera y otoño para visitar la provincia de Jaén, y en ninguno de los años analizados el porcentaje de viajeros en el mes de agosto supera a los experimentados en las dos épocas antes señaladas.

---

(16) INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2001): *Los Movimientos Turísticos en Frontera*. Secretaría General de Turismo. Ministerio de Comercio y Turismo.

(17) INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2001): *Las Vacaciones de los Españoles*. Secretaría General de Turismo. Ministerio de Comercio y Turismo.

TABLA 9

## Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros

15

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA  
 INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

Mes	Año 1990		Año 1991		Año 1992		Año 1993		Año 1994	
	Nacionales	Estrangeros								
Enero .....	17.144	1.392	17.610	1.239	12.936	1.359	14.736	989	15.085	1.725
Febrero .....	18.571	1.491	18.998	938	16.782	1.108	16.297	1.041	16.019	1.664
Marzo .....	20.819	2.577	26.623	2.413	19.490	2.517	19.143	2.027	20.517	2.895
Abril .....	30.493	5.220	27.156	3.688	20.600	3.986	20.752	5.198	23.730	4.090
Mayo .....	27.068	6.063	22.558	6.630	20.076	5.784	18.846	4.114	24.046	6.188
Junio .....	21.765	3.496	22.601	3.430	17.939	3.668	19.382	3.517	19.175	2.813
Julio .....	23.680	4.077	23.821	3.453	18.200	2.815	19.937	3.009	20.509	2.949
Agosto .....	27.117	4.358	32.514	4.938	20.327	4.019	19.141	3.992	23.081	3.993
Septiembre ..	23.565	4.052	27.731	4.243	26.341	6.755	19.924	3.502	26.727	5.152
Octubre ....	29.562	7.492	26.172	4.206	20.589	4.789	23.828	4.662	20.930	4.806
Noviembre ..	23.214	2.257	22.728	1.782	17.685	1.885	17.098	1.400	19.013	1.629
Diciembre ...	19.639	2.034	19.909	1.832	15.610	1.492	17.323	1.311	18.287	1.322

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística.

TABLA 10

## Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros

Mes	Año 1995		Año 1996		Año 1997		Año 1998	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Enero .....	14.943	1.853	12.463	1.784	12.475	1.711	14.217	2.077
Febrero .....	14.407	1.364	17.594	1.540	17.461	1.527	19.574	2.010
Marzo .....	19.461	2.422	21.939	3.132	23.679	2.541	21.355	4.777
Abril .....	24.795	5.379	27.346	5.987	25.106	5.220	30.868	6.502
Mayo .....	20.232	6.103	24.677	5.244	24.635	6.515	28.313	6.559
Junio .....	19.504	3.035	21.849	2.761	19.677	2.813	23.138	4.292
Julio .....	22.479	2.905	19.839	3.159	22.262	3.809	25.820	4.077
Agosto .....	22.940	4.035	23.814	3.033	26.604	4.613	26.244	4.216
Septiembre ..	21.696	4.464	24.016	3.709	25.918	4.617	29.808	4.651
Octubre .....	21.616	5.085	27.393	4.787	24.395	5.453	30.259	5.591
Noviembre ..	18.146	1.491	21.994	1.510	21.855	1.953	24.684	2.517
Diciembre ...	18.844	1.802	20.049	1.864	18.396	1.292	25.022	3.029

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística.

TABLA 11

## Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros en %

Mes	Año 1990		Año 1991		Año 1992		Año 1993		Año 1994	
	Nacionales	Estrangeros								
Enero .....	6,07	3,13	6,11	3,18	5,71	3,38	6,51	2,85	6,10	4,40
Febrero .....	6,57	3,35	6,59	2,42	7,41	2,76	7,20	2,99	6,48	4,24
Marzo .....	7,37	5,79	9,23	6,22	8,60	6,26	8,46	5,83	8,30	7,38
Abril .....	10,79	11,73	9,42	9,51	9,09	9,92	9,17	14,95	9,60	10,42
Mayo .....	9,58	13,62	7,82	17,09	8,86	14,40	8,32	11,83	9,73	15,77
Junio .....	7,70	7,85	7,84	8,84	7,92	9,13	8,56	10,12	7,76	7,17
Julio .....	8,38	9,16	8,26	8,90	8,03	7,01	8,81	8,66	8,30	7,52
Agosto .....	9,59	9,79	11,27	12,73	8,97	10,00	8,45	11,48	9,34	10,18
Septiembre ..	8,34	9,10	9,61	10,94	11,63	16,81	8,80	10,07	10,82	13,13
Octubre .....	10,46	16,83	9,07	10,84	9,09	11,92	10,52	13,41	8,47	12,25
Noviembre ..	8,21	5,07	7,88	4,59	7,81	4,69	7,55	4,03	7,69	4,18
Diciembre ...	6,95	4,57	6,90	4,72	6,89	3,71	7,65	3,77	7,40	3,37

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística.

Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros en %

Mes	Año 1995		Año 1996		Año 1997		Año 1998		Año 1999	
	Nacionales	Estranjeros								
Enero .....	6,25	4,64	4,74	4,63	4,75	4,07	4,75	4,13	5,41	3,81
Febrero .....	6,03	3,42	6,69	4,00	6,65	3,63	6,54	4,00	6,91	3,65
Marzo .....	8,14	6,06	8,34	8,13	9,02	6,04	7,13	9,50	9,06	7,73
Abril .....	10,37	13,47	10,40	15,55	9,57	12,41	10,31	12,93	8,91	11,93
Mayo .....	8,46	15,28	9,38	13,62	9,39	15,49	9,46	13,04	8,45	13,29
Junio .....	8,16	7,60	8,31	7,17	7,50	6,69	7,73	8,53	8,68	8,52
Julio .....	9,40	7,27	7,54	8,20	8,48	9,06	8,63	8,11	8,87	8,42
Agosto .....	9,60	10,10	9,06	7,88	10,14	10,97	8,77	8,38	8,86	9,27
Septiembre ..	9,08	11,18	9,13	9,63	9,87	10,98	9,96	9,25	9,09	11,93
Octubre ....	9,04	12,73	10,42	12,43	9,29	12,96	10,11	11,12	9,85	11,65
Noviembre ..	7,59	3,73	8,36	3,92	8,33	4,64	8,25	5,00	7,66	5,48
Diciembre ...	7,88	4,51	7,62	4,84	7,01	3,07	8,36	6,02	8,24	4,32

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística.

En términos generales esto parece indicar que a pesar de que en agosto, mes vacacional por excelencia, existe una preferencia generalizada por un turismo de sol y playa, esta situación se modifica para la provincia de Jaén, optándose más por un turismo de contacto con la naturaleza.

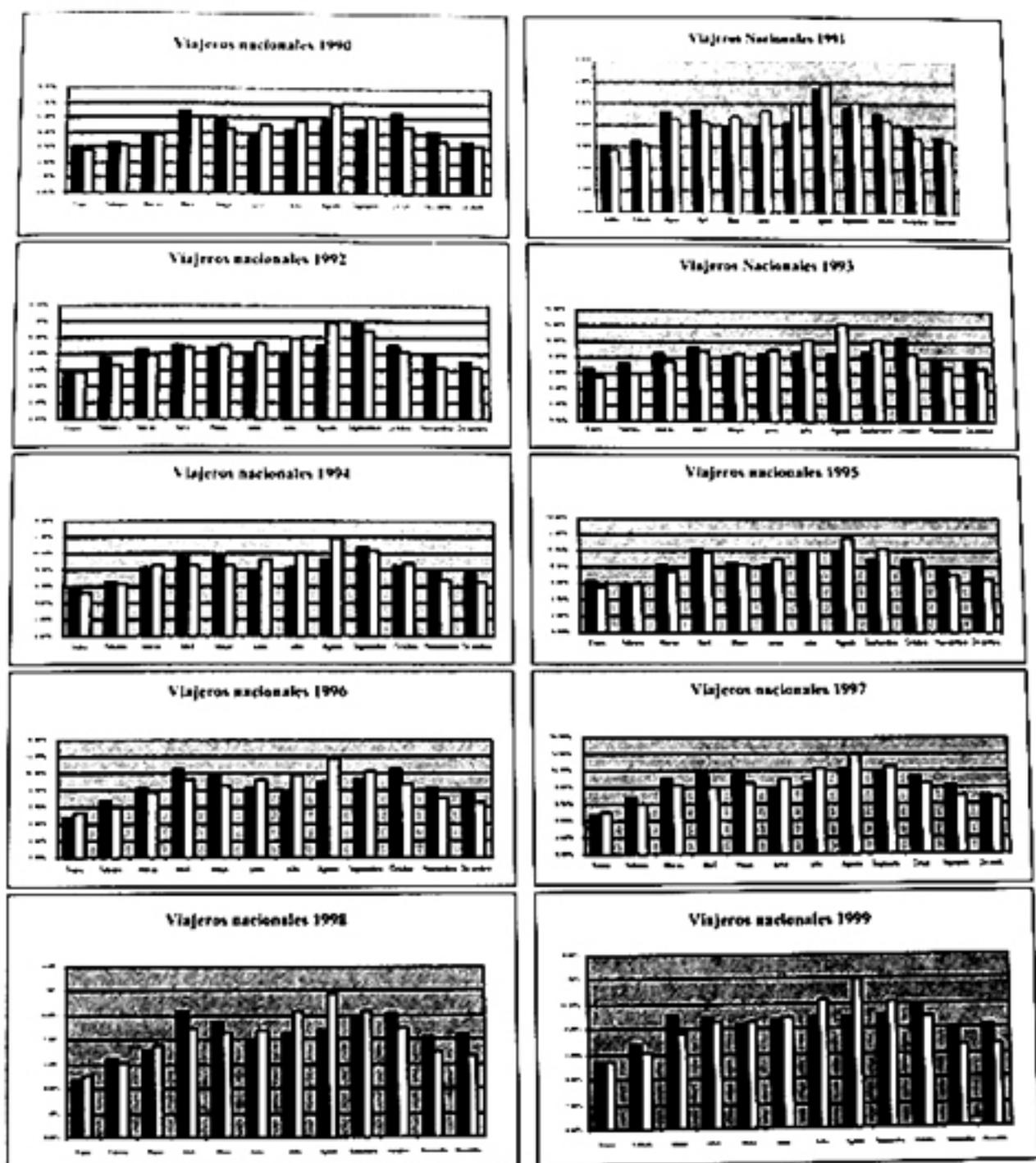
También los meses punta para el turismo que llega a la provincia de Jaén, que es, repetimos, un turismo eminentemente rural, difieren de los meses punta para el conjunto del turismo rural a nivel nacional, en donde los meses de mayor afluencia son julio y agosto (18).

Las diferencias que comentamos se hacen más evidentes analizando los gráficos siguientes, en donde comparamos el movimiento mensual de viajeros entre España y la provincia de Jaén para los distintos meses del año.

Por lo que respecta a los turistas nacionales resultan las siguientes gráficas comparativas:

---

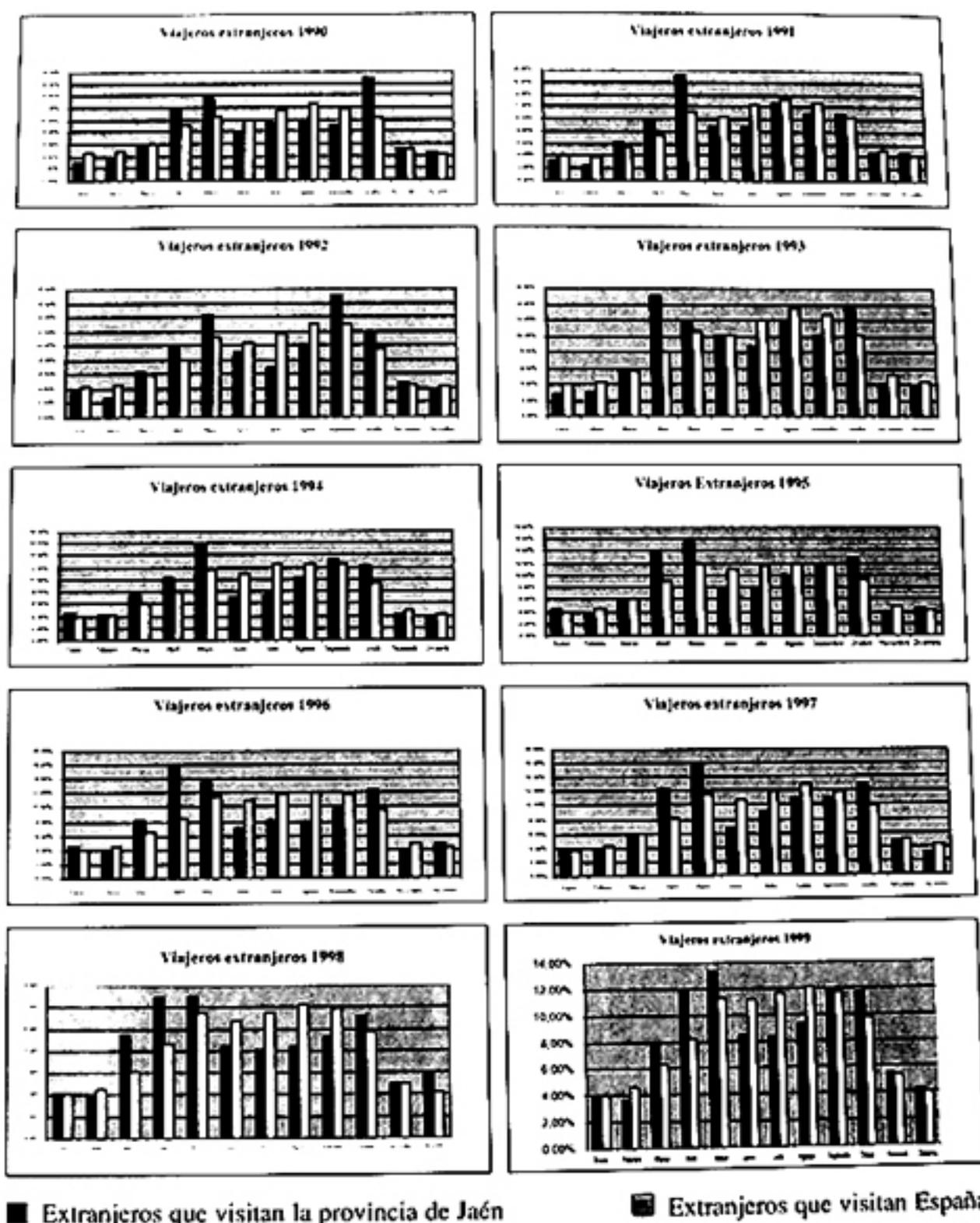
(18) Según datos extraídos de FUENTES GARCÍA, R. (1994): *La demanda de turismo rural en España. Especial referencia a la provincia de Málaga*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga, pág. 431.



□ Viajeros Nacionales que visitan España

■ Viajeros Nacionales que visitan Jaén

Del análisis de estos gráficos, se observa que fundamentalmente es en el tercer trimestre del año en el que la proporción de visitantes nacionales en establecimientos hoteleros es superior a nivel nacional que la correspondiente a la provincia de Jaén; por contra, ésta experimenta una mayor concentración de turistas en el resto del año, circunstancia que se acentúa en los meses de primavera y otoño. Esta misma situación se reproduce en el caso de los visitantes extranjeros, lo que se observa claramente al analizar los gráficos siguientes:



Por lo tanto, en este punto hemos encontrado una primera diferencia entre el turismo nacional y el turismo de la provincia de Jaén, y es que, a pesar de que en ambos casos existen ciertos meses en los que la afluencia de visitantes es superior, es decir, se observa la existencia de estacionalidad en ciertas épocas del año, son diferentes los meses en los que tal si-

tuación se produce. Ello nos proporciona una primera aproximación sobre el tipo de turista que llega a la provincia de Jaén, el cual parece presentar unos *factores motivacionales distintos* a los presentados por aquellos turistas que concentran sus vacaciones en los meses de verano, lo cual podría afectar a cualquier aproximación que el empresario privado pretenda realizar a la demanda turística.

### 3.2. Heterogeneidad de la demanda

En la provincia de Jaén, respecto a la segmentación de la demanda turística, las estadísticas son todavía escasas como para poder diferenciar los turistas según el motivo de la visita, variables demográficas, geográficas, sociales, económicas, etc. Esta segmentación de la demanda facilitaría la planificación estratégica de la actividad turística de la provincia, de manera que sea posible el acercamiento de la oferta a la demanda turística que llega a la provincia de Jaén.

Otras regiones con recursos turísticos similares a la provincia de Jaén, han sido conscientes de la necesidad del análisis de la demanda turística que llega a las mismas para que sirva de base a la hora de determinar estrategias empresariales adecuadas conducentes a conseguir el mayor aprovechamiento de sus potencialidades turísticas. En particular, es de destacar la actividad que en este sentido está llevando a cabo la Sociedad Regional de Turismo de Asturias (19), la cual periódicamente efectúa una encuesta entre los visitantes de la región consiguiendo información sobre: procedencia de turistas, motivación del viaje, tipo de alojamiento utilizado, duración de la estancia, gasto medio por persona y día, relación calidad-precio, tipo de transporte utilizado, modo de organizar el viaje, edad, profesión, etc. A partir de estos datos se ha puesto de manifiesto que el principal aspecto diferenciador respecto a otros destinos turísticos con los que compite, son los recursos naturales de los que dispone, debiendo completarse este hecho con la preservación de las tradiciones específicas de la región. Entre las actividades desarrolladas a partir de la información obtenida de la encuesta, destaca la puesta en marcha de una acción concertada entre la Administración Autonómica y los empresarios del sector en forma de un club de calidad en hoteles no urbanos.

(19) ROBLES TASCÓN, A. (1996): La promoción turística de Asturias en Valdés Peláez, L., y Ruiz Vega, A. (1996): *op. cit.*, págs. 347-353.

Por lo que respecta a la provincia de Jaén, en la actualidad no existe una recogida de información sobre la demanda turística sistemática y rigurosa. Por tanto, es necesario disponer de un sistema de recopilación de información que permita obtener un conocimiento suficiente sobre el tipo de turista que llega a la misma que sirva de base al desarrollo de iniciativas empresariales. Con el objeto de cubrir esta carencia es preciso el desarrollo de una ficha normalizada que se entregaría al viajero a la entrada a la zona turística considerada y recogida a la salida de éste.

En general, los datos demandados deberían ser del tipo: nacionalidad, edad, destino final, ciudades visitadas, medio de alojamiento utilizado, gasto medio por persona, etc.

En relación con esta cuestión, proponemos como ficha normalizada el siguiente cuestionario con el que se podría recoger la información primaria imprescindible para fundamentar el estudio de la demanda turística de la provincia de Jaén (20).

---

(20) MUÑOZ VÁZQUEZ, A., y GRANDE TORRALEJA, F. (1999): *Metodología para el estudio estadístico del turismo. Aplicación al caso Jaén*. Instituto Estadístico de Andalucía. págs. 65-69.

## FICHA-CUESTIONARIO

## 1. INDIQUE LOS SIGUIENTES DATOS GENERALES:

PAÍS DE RESIDENCIA HABITUAL \_\_\_\_\_  
 PROVINCIA DE RESIDENCIA HABITUAL \_\_\_\_\_  
 EDAD \_\_\_\_\_ SEXO \_\_\_\_\_ ESTADO CIVIL \_\_\_\_\_  
 PROFESIÓN \_\_\_\_\_  
 FECHA DE LLEGADA \_\_\_\_\_ FECHA DE SALIDA \_\_\_\_\_

## 2. ¿CUÁL ES LA FINALIDAD DE SU VIAJE O ESTANCIA?

VACACIONES (Ocio-Recreo).....   
 CONGRESO-FERIA.....   
 NEGOCIO-PROFESIONAL.....   
 TRATAMIENTO DE LA SALUD.....   
 ESTUDIOS.....   
 VISITA A FAMILIARES Y/O AMIGOS.....   
 COMPRAS.....   
 TRÁNSITO.....   
 RELIGIOSO / PEREGRINACIÓN.....   
 OTRAS (Especifique) \_\_\_\_\_

## 3. ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE PRINCIPAL HA UTILIZADO DESDE SU LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL?

TREN.....  AUTOBÚS.....   
 MOTO.....  COCHE DE ALQUILER.....   
 TAXI.....  COCHE PROPIO.....   
 OTROS (Especifique) \_\_\_\_\_

## 4. EL VIAJE LO REALIZA:

SOLO.....   
 CON FAMILIA.....  ¿CUÁNTOS?.....   
 CON AMIGOS.....  ¿CUÁNTOS?.....   
 EN GRUPO ORGANIZADO.....  ¿CUÁNTOS?.....

## 5. ¿QUIÉN HA ORGANIZADO EL VIAJE?

USTED MISMO.....   
 UNA AGENCIA DE VIAJES (Transporte y alojamiento).....   
 UNA AGENCIA DE VIAJES (Sólo alojamiento).....   
 UNA AGENCIA DE VIAJES (Sólo Transporte).....   
 UNA ASOCIACIÓN.....   
 OTRAS (Especifique) \_\_\_\_\_

**6. SE HOSPEDA USTED EN:****HOTEL**

- DE 2 ESTRELLAS .....
- DE 3 ESTRELLAS .....
- DE 4 ESTRELLAS .....
- DE 5 ESTRELLAS .....

- HOSTAL .....
- PENSIÓN.....
- APARTAMENTO (Propio o Alquilado).....
- CAMPING-CARAVANA .....
- CASA DE FAMILIARES Y/O AMIGOS .....
- OTROS (Especifique) \_\_\_\_\_

**7. INDIQUE EL NÚMERO DE NOCHES QUE HA ESTADO O PIENSA ESTAR:**

\_\_\_\_\_ NOCHES (totales en el viaje)

\_\_\_\_\_ NOCHES (en esta plaza)

**8. EN EL CASO DE PERNOCTAR EN UN HOTEL, HOSTAL O PENSIÓN, INDIQUE PARA CADA NOCHE EL NÚMERO DE HABITACIONES QUE OCUPÓ:**

- \_\_\_\_\_ HABITACIONES INDIVIDUALES
- \_\_\_\_\_ HABITACIONES DOBLES-USO INDIVIDUAL
- \_\_\_\_\_ HABITACIONES DOBLES- USO DOBLE
- \_\_\_\_\_ HABITACIONES DOBLES-CON SUPLETORIO

**9. INDIQUE EL GASTO APROXIMADO REALIZADO PARA LOS DIFERENTES CONCEPTOS QUE SE EXPRESAN:**

- VIAJE DESDE EL ORIGEN \_\_\_\_\_ ptas.
- ALOJAMIENTO \_\_\_\_\_ ptas.
- TRANSPORTES \_\_\_\_\_ ptas.
- VISITAS TURÍSTICAS \_\_\_\_\_ ptas.
- OCIO \_\_\_\_\_ ptas.
- MANUTENCIÓN \_\_\_\_\_ ptas.
- COMPRAS \_\_\_\_\_ ptas.
- OTROS \_\_\_\_\_ ptas.
- \_\_\_\_\_ ptas.
- \_\_\_\_\_ ptas.
- \_\_\_\_\_ ptas.

10. ¿CUÁNTO CREE QUE HA GASTADO USTED DIARIAMENTE POR TÉRMINO MEDIO?

..... ptas.

11. SI ES SU CASO, ¿CUÁNTAS DIVISAS HA CAMBIADO PARA SU VIAJE?

..... ptas.

12. ¿QUÉ MOTIVOS LE HAN IMPULSADO A VISITAR ESTE LUGAR?

MOTIVOS FAMILIARES .....

COMENTARIOS DE AMIGOS/FAMILIARES .....

PUBLICIDAD .....

INTERÉS PROPIO .....

ESTUDIOS .....

SALUD .....

OTROS (Especifique) .....

14. PUNTÚE EN UNA ESCALA DE 0 A 10 EL GRADO DE SATISFACCIÓN EN SU VISITA:

..... PUNTOS

15. SEÑALE LA OPINIÓN QUE LE HAN MERECIDO LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:

	Muy malo	Malo	Regular	Bien	Muy bien
CALIDAD DEL ALOJAMIENTO	<input type="checkbox"/>				
PRECIO DEL ALOJAMIENTO	<input type="checkbox"/>				
RELACIÓN CALIDAD/PRECIO	<input type="checkbox"/>				
TRATO RECIBIDO-AMABILIDAD	<input type="checkbox"/>				
MANUTENCIÓN	<input type="checkbox"/>				
DIVERSIONES	<input type="checkbox"/>				
TRANSPORTES (En localidad)	<input type="checkbox"/>				
TRANSPORTES (Desde origen)	<input type="checkbox"/>				
MONUMENTOS-CULTURA	<input type="checkbox"/>				
PRECIOS	<input type="checkbox"/>				
MEDIO AMBIENTE	<input type="checkbox"/>				
CLIMA	<input type="checkbox"/>				
SEGURIDAD	<input type="checkbox"/>				
TRANQUILIDAD	<input type="checkbox"/>				
VÍAS DE COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>				
OTROS (Especifique) .....					

## 16. ¿DESEA HACER ALGÚN COMENTARIO?

---

---

---

A pesar de las limitaciones señaladas, a continuación vamos a comprobar si, al igual que ocurría a nivel nacional, la demanda turística de la provincia de Jaén presenta la característica de heterogeneidad. Ello lo vamos a realizar mediante el estudio del comportamiento del consumidor utilizando variables relativas al consumo turístico de las que sí disponemos de información, tales como *medio de transporte utilizado, alojamiento, duración de la estancia, etc.*

Para el conjunto del turismo nacional, Esteban Talaya (21) señala que la demanda turística está compuesta por una amplia gama de consumidores que conjugan en su comportamiento muchas características diferenciales en cuanto a motivaciones, transporte, alojamiento, etc., dotando a esta demanda de una gran heterogeneidad. Al mismo tiempo, aunque pueden existir gran cantidad de posibilidades de consumo y de composición de los productos turísticos, los turistas en España, hasta la fecha, se centran en un producto monolítico como es el «sol y playa». Las razones de este hecho podemos encontrarlas, por un lado, en la multiplicidad de facetas que componen el producto turístico (alojamiento, restauración, transporte, etc.) y, por otro, en la especialización de la industria turística española en el segmento vacacional al que nos estamos refiriendo.

Con relación a la provincia de Jaén, la «Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía» elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía para el año 1999, nos proporciona una primera aproximación con relación a la principal motivación de los visitantes llegados a la provincia de Jaén. En este sentido, y partir de la encuesta podemos afirmar que el 83,8% de los turistas entrados lo hacen por motivos de vacaciones u ocio, mientras que motivaciones tales como negocios sólo es el motivo principal del viaje del 4,1% de los turistas. Sin embargo, nos encontramos con el problema de no poder profundizar más con relación a las motivaciones de los turistas llegados por motivos de vacaciones y ocio, lo cual hace todavía más necesario la puesta en

---

(21) ESTEBAN TALAYA, A. (1996): *op. cit.*, pág. 47.

marcha de la recogida de datos regular y sistemática a la que con anterioridad hacíamos referencia, ya que uno de los aspectos más importantes en el momento de realizar un plan de desarrollo turístico para la provincia de Jaén, es conocer la motivación que tiene el turista a la hora de elegir pasar sus vacaciones en el espacio rural. Por lo tanto, el análisis de la heterogeneidad o no de la demanda turística que llega a la provincia deberá basarse en el análisis de ciertos componentes del consumo turístico.

El primero de los componentes que vamos a estudiar para analizar la heterogeneidad o no de la demanda turística de la provincia de Jaén, son los *medios de transporte* utilizados por los viajeros en sus desplazamientos. Con ello determinaremos si al igual que ocurre para el conjunto del turismo nacional se reproduce la situación de heterogeneidad.

Dado que el turismo de la provincia de Jaén es un turismo eminentemente rural, el acceso a las zonas con un mayor potencial turístico únicamente es posible a través de carretera, de manera que el transporte por excelencia utilizado por los visitantes de la provincia es el vehículo particular, lo cual evidencia que suelen ser viajes organizados por cuenta propia. De igual manera ocurre para el conjunto del turismo rural nacional (22), donde más de las tres cuartas partes de los turistas, en concreto el 75,5%, utilizan el vehículo propio como medio de transporte en sus desplazamientos. Por lo que respecta a la utilización de los transportes públicos (autobús y ferrocarril) en la provincia de Jaén por parte de los turistas, y a tenor de los resultados de la «Encuesta de Consumo de los No residentes y Gasto Turístico» realizada por el Instituto de Estadística de Andalucía, éstos les otorgan una baja calificación con relación a los mismos medios de transporte para otras provincias andaluzas, lo cual hace preferible el vehículo propio con relación al autobús y al ferrocarril.

Por lo tanto, podemos afirmar que la demanda turística de la provincia de Jaén es bastante homogénea en cuanto al medio de transporte utilizado por parte de los visitantes que llegan a ella, siendo esta situación similar a la del conjunto del turismo rural en nuestro país, pero diferente en cuanto a la heterogeneidad existente con relación al turismo nacional donde, como pudimos comprobar, los visitantes hacen un mayor uso de otros medios de transporte como es el caso del avión, ferrocarril, etc.

(22) FUENTES GARCÍA, R. (1994): *op. cit.*, pág. 404.

El estudio de la posible heterogeneidad de la demanda con relación al *medio de alojamiento* lo haremos a partir del análisis de la *Tabla 13*.

TABLA 13

**Número de viajeros según la categoría del establecimiento. Año 1999**

	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero
TOTAL .....	449.918	373.460	76.458
<b>ESTRELLAS DE ORO</b>			
Cinco .....	—	—	—
Cuatro .....	82.945	53.078	29.867
Tres .....	158.378	132.863	25.515
Dos .....	83.694	76.228	7.446
Una .....	43.655	39.776	3.879
<b>ESTRELLAS DE PLATA</b>			
Dos y tres .....	37.107	34.573	2.534
Una .....	44.139	36.942	7.197

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE, 1999.

Se puede observar fácilmente que para la provincia de Jaén el tipo de establecimientos hoteleros preferido por los viajeros que llegan a la misma son los de tres estrellas, aproximadamente en un porcentaje del 35%, siguiéndole en importancia los hoteles de dos estrellas con un porcentaje del 18,6%. A escasa distancia se encuentran los hoteles de cuatro estrellas que son utilizados por el 18,4% de visitantes que pernoctan en la provincia.

Si comparamos las cifras de la *Tabla 13* con las reflejadas en la *Tabla 7*, la cual hacía referencia al número de viajeros según categoría del establecimiento para el conjunto nacional, podemos observar que en ambos casos la categoría preferida son los hoteles de tres estrellas. Sin embargo, también es importante destacar que si bien en el caso del conjunto nacional son los hoteles de cuatro estrellas los que le siguen en importancia y con un porcentaje bastante similar, en el caso de la provincia de Jaén la principal alternativa a los hoteles de tres estrellas son los de dos estrellas. Todavía podríamos profundizar más en este hecho, apreciando que es fundamentalmente el turismo de origen nacional el que parece inclinarse más por la utilización de los hoteles de dos y tres estrellas, puesto que aproximadamente el 40%

de los extranjeros llegados a la provincia prefieren los hoteles de mayor categoría existentes en la región por sólo el 14% de los visitantes nacionales. También, resulta significativo que el porcentaje de extranjeros que demanda los hostales (12,7%) sea inferior al de los residentes en España (19%).

Por tanto, y con relación al objetivo primordial de este epígrafe, podemos afirmar que la demanda turística que llega a la provincia de Jaén, al igual que a nivel nacional, tiene un comportamiento heterogéneo en cuanto a la utilización de los diferentes tipos y categorías de alojamiento, pero con la peculiaridad de que la mayor parte de la demanda se concentra en una oferta hotelera de menor categoría que la demanda a nivel nacional, lo cual, como ya apuntábamos con anterioridad, puede ser representativo de que a la provincia de Jaén no llega un turismo considerado de calidad que presente un comportamiento inelástico con relación a los precios de los establecimientos hoteleros.

Otra variable que podemos utilizar a la hora de describir la posible heterogeneidad en el comportamiento de los turistas llegados a la provincia de Jaén es la *estancia media*, variable cuyos valores también nos permitirían

**TABLA 14**  
**Estancia media de viajeros**

	ESPAÑA		ANDALUCÍA		JAÉN	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Enero	3,58	3,75	3,19	3,12	1,61	1,65
Febrero	3,46	3,57	3,11	2,94	1,41	1,68
Marzo	3,37	3,43	3,01	2,93	1,40	1,60
Abril	3,33	3,54	2,92	2,94	1,69	1,69
Mayo	3,76	3,84	2,98	2,82	1,46	1,42
Junio	4,20	4,17	3,25	3,02	1,46	1,44
Julio	4,51	4,45	3,94	3,74	1,56	1,55
Agosto	4,66	4,58	4,07	3,93	1,94	1,76
Septiembre	4,20	4,21	3,39	3,27	1,71	1,56
Octubre	3,82	3,93	2,99	2,97	1,57	1,49
Noviembre	3,16	3,33	2,88	2,82	1,61	1,54
Diciembre	3,17	3,18	2,74	2,72	1,52	1,42

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística de Andalucía. 2001.

comprobar las diferencias existentes con relación al conjunto de la demanda nacional.

Del análisis de la *Tabla 14* se deduce rápidamente que la estancia media de los turistas en la provincia de Jaén es sensiblemente inferior a la existente para España y para Andalucía. Sin embargo, éste no es el dato más relevante que se puede extraer de la tabla, sino que también puede observarse que para la provincia de Jaén las estancias medias más elevadas no se producen en general, exceptuando el mes de agosto mes vacacional por excelencia, en los mismos meses que para España y Andalucía. Para España y Andalucía los meses en los que la estancia media es más elevada son los meses de junio, julio y septiembre, mientras que para Jaén los meses con estancia medias más elevadas son, generalmente, abril y septiembre. Este desigual comportamiento pone de manifiesto las diferencias sustanciales existentes entre los visitantes que llegan a la provincia de Jaén en cuanto a la motivación que les hace elegir ésta como lugar de destino para sus desplazamientos. En función de los meses en los que la demanda turística prefiere la provincia de Jaén, cabe pensar que se trata de un turista que aprovecha los puentes, especialmente el de Semana Santa y fines de semana, para visitar familiares o amigos o bien visitar los Parques Naturales, prefiriendo los meses estivales para visitar otras zonas turísticas en las que la oferta es diferente.

#### 4. CONCLUSIONES

Analizadas las características de la demanda turística a nivel nacional y provincial, hacemos patentes los puntos comunes y diferencias existentes entre ambas.

Por lo que se refiere a la *concentración temporal*, aunque hemos podido comprobar que se presenta tanto a nivel nacional como provincial, existen notables diferencias en cuanto a los meses en que se produce. A nivel nacional, la demanda se concentra fundamentalmente en los meses de julio, agosto y septiembre, mientras que a nivel provincial esta situación no se reproduce en su totalidad, ya que aunque agosto sigue siendo el mes vacacional por excelencia, los siguientes meses en importancia según el número de viajeros entrados no coinciden con los correspondientes a nivel nacional, siendo para la provincia de Jaén los meses en los que se disfrutaban las vacaciones de Semana Santa (marzo o abril) y los meses de septiembre y octubre

(dependiendo de la existencia del puente del día de la Hispanidad) en los que se reciben más visitantes. Por lo tanto, detectamos un cierto desplazamiento de la demanda turística de Jaén respecto a la nacional desde los meses estivales a los meses de comienzo de la primavera y el otoño. De las *Tablas 1 y 10*, se desprende que a nivel nacional los meses de julio, agosto y septiembre concentran aproximadamente el 33,68% (datos de 1999) de la demanda turística anual, mientras que para la provincia de Jaén esos meses suponen tan sólo el 27,3% (datos de 1999) y, sin embargo, los meses de abril, mayo y octubre suponen el 29% (datos de 1999).

Por lo tanto, la primera diferencia significativa entre la demanda turística nacional y provincial se encuentra en el hecho de que *los meses en los que se concentra la mayor parte de esa demanda es diferente*, lo que nos inclina a pensar que las motivaciones de la visita a la provincia de Jaén son diferentes a las del conjunto del turismo nacional.

En segundo lugar, después de analizar la concentración espacial de la demanda con relación a la *concentración geográfica de las zonas emisoras*, se pone de manifiesto que alrededor del 54% de los turistas a nivel nacional son de procedencia española, mientras que para el caso de la provincia de Jaén este porcentaje asciende al 83%. Por lo tanto, si bien tanto a nivel provincial como nacional existe una concentración geográfica con relación a las zonas emisoras, es destacable el hecho de que el turismo que llega a la provincia de Jaén *es un turismo mayoritariamente de origen nacional*, a diferencia del correspondiente al conjunto del país, en el que el grado de participación de los turistas extranjeros es muy superior.

En relación con la *heterogeneidad de la demanda*, nuestro análisis se ha centrado en el estudio de las motivaciones de los turistas y en el consumo que hacían de ciertos componentes del producto turístico.

Por lo que respecta a las motivaciones, y para el turismo nacional, resultó fácil la determinación de las mismas a partir de la encuesta «Los Españoles y las Vacaciones» realizada por el CIS. En cambio, a nivel provincial, y al no disponer de datos tan desagregados, únicamente podemos decir que aproximadamente el 83,8% del turismo se hace por motivos de ocio, sin entrar en detalles dentro de una rúbrica tan amplia como es el «motivo ocio». Ante esta situación hemos propuesto una ficha cuestionario para obtener los datos necesarios para segmentar la demanda turística que llega a la provincia de Jaén a partir de sus motivaciones.

Como consecuencia, centramos nuestro razonamiento en el análisis del comportamiento de los turistas con relación al medio de transporte utilizado, alojamiento y duración de la estancia.

Según el *medio de transporte* utilizado, hemos puesto de manifiesto que a nivel nacional existe una gran utilización de todos los medios de transporte, sin embargo a nivel provincial, dada las características orográficas e infraestructuras viarias, *el medio de transporte más utilizado por los turistas es el vehículo propio.*

Con relación al *medio de alojamiento*, y dado el amplio abanico de opciones elegidas, se ha comprobado el carácter heterogéneo de la demanda tanto para España como para la provincia de Jaén. Sin embargo, al igual que en las situaciones anteriores, y dentro del comportamiento heterogéneo de la demanda, se ponen de manifiesto diferencias significativas a nivel nacional y provincial. A nivel de España y según cifras del INE, el tipo de alojamiento preferido son los hoteles de Tres y Cuatro estrellas, mientras que en la provincia de Jaén *las categorías preferidas son las de Dos y Tres estrellas.* Por lo tanto, parece lógico suponer que el turismo que llega a Jaén es un turismo con menor poder adquisitivo que el correspondiente a nivel nacional, hecho que podría corroborarse elaborando modelos econométricos apropiados para estudiar la demanda turística que llega a Jaén.

La última variable analizada es *la estancia media* de los viajeros en establecimientos hoteleros. Con relación a este punto, y teniendo en cuenta los datos de la *Tabla 14*, se ha puesto de manifiesto que la estancia media en la provincia de Jaén es significativamente *inferior*, tanto con relación al conjunto nacional como andaluz. Además, se pone de manifiesto la circunstancia anteriormente comentada de que los meses en los que la estancia media es superior al resto del año (con excepción de agosto) no son los mismos en España y Andalucía que en la provincia de Jaén. *Si a nivel nacional y andaluz son Julio y Septiembre los meses con una estancia media superior, para el caso de la provincia de Jaén son los meses en los que tiene lugar la celebración de la Semana Santa y Septiembre los que presentan un porcentaje de estancia media superior.*

A modo de resumen resaltamos que las principales diferencias existentes entre la demanda turística a nivel nacional y provincial son las siguientes:

1.º) Los meses en los que se concentra la mayor parte de la demanda son diferentes.

2.ª) El turismo que llega a la provincia de Jaén es un turismo eminentemente nacional.

3.ª) El medio de transporte más utilizado por los turistas en la provincia de Jaén es el vehículo propio.

4.ª) El tipo de alojamiento preferido por los turistas que visitan Jaén son los hoteles de Dos y Tres estrellas.

5.ª) La estancia media de los viajeros en la provincia de Jaén es significativamente inferior tanto con relación al conjunto nacional como andaluz.

6.ª) Para el caso de la provincia de Jaén, son los meses en los que tiene lugar la celebración de la Semana Santa y septiembre los que presentan un porcentaje de estancia media superior.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILLO PÉREZ, E. (1996): «Evolución y expectativas de la actividad turística», en Pedreño Muñoz, A., y Monfort Mir, V. (1996): *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Ed. Civitas, Madrid.
- ÁLVAREZ CUERVO, R. (1997): *El turismo en la Comunidad Autónoma de Madrid*. AECIT, págs. 465-478.
- BULL, A. (1994): *La economía del sector turístico*. Ed. Alianza, Madrid.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (1995): *Los Españoles y las Vacaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Estudio CIS 2.193. Octubre 1995.
- DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA TURÍSTICA (1993): Informe encuestas en frontera. Segmento turistas. *Estudios Turísticos*, núm. 17, págs. 73-83.
- ESTEBAN TALAYA, A. (1996): «Comportamiento de la demanda turística en España. Realidad actual y previsiones», en Valdés Peláez, L. y Ruiz Vega, A. (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Servicio de Publicaciones. Universidad de Oviedo.
- FUENTES GARCÍA, R. (1994): *La demanda de turismo rural en España. Especial referencia a la provincia de Málaga*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga.
- HIDALGO MORATAL, M. (1996): «Aspectos macroeconómicos del turismo», en Pedreño Muñoz, A., y Monfort Mir, V. (1996): *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Ed. Civitas, Madrid.
- HOSTELTUR (1996), núm. 36. Octubre 1996, págs. 14.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2000): *Encuesta de coyuntura turística de Andalucía*. Instituto de Estadística de Andalucía.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2000): *Opiniones cualitativas sobre el turismo andaluz*. Instituto de Estadística de Andalucía.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2001): *Sistema Multiterritorial de Andalucía*. Instituto de Estadística de Andalucía.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA: «Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros», hasta 1998, a partir de 1999 «Encuesta de Ocupación Hotelera». Instituto de Estadística de Andalucía. Varios años.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2001): *Base de Datos Estadísticos para el Análisis de la Economía del Turismo*.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2001): *Las Vacaciones de los Españoles*. Secretaría General de Turismo. Ministerio de Comercio y Turismo.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2001): *Los Movimientos Turísticos en Frontera*. Secretaría General de Turismo. Ministerio de Comercio y Turismo.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: *Movimientos turísticos de los españoles*. Instituto de Estudios Turísticos. Varios años.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: *Movimientos turísticos en Fronteras*. Instituto de Estudios Turísticos. Varios años.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1998): *Movimiento de Viajeros en Establecimientos Turísticos. Notas metodológicas*. Instituto Nacional de Estadística.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2001): *Encuesta de ocupación hotelera*. Instituto Nacional de Estadística.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA: *Índice de Precios al Consumo*. Instituto Nacional de Estadística. Varios años.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA: *Movimiento de viajeros en acampamentos*. Instituto Nacional de Estadística. Varios años.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA: *Movimiento de viajeros en apartamentos turísticos*. Instituto Nacional de Estadística. Varios años.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA: *Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros, a partir de 1999, Encuesta de ocupación hotelera*. Instituto Nacional de Estadística. Varios años.

MONFORT MIR, V. (1997): *Balance de la actividad turística en la Comunidad Valenciana*. AECIT, pág. 413-440.

MONFORT MIR, V.; MORANT MORA, A., e IVARS BAIDAL, J. (1996): «Demanda turística», en Pedreño Muñoz, A., y MONFORT MIR, V. (1996): *Introducción a la Economía del turismo en España*. Ed. Civitas. Madrid.

MUÑOZ VÁZQUEZ, A., y GRANDE TORRALEJA, F. (1996): *Metodología para el estudio estadístico del turismo. Aplicación al caso Jaén*. Instituto de Estadística de Andalucía.

PEDREÑO MUÑOZ, A., y MONFORT MIR, V. (1996): *Introducción a la Economía del turismo en España*. Ed. Civitas. Madrid.

PONS ORPHÉE, P. (1992): «El turismo receptivo español», *Cuadernos del Tiempo Libre*. Madrid.

ROBLES TASCÓN, A. (1996): «La promoción turística de Asturias», en Valdés Peláez, L., y Ruiz Vega, A. (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Servicio de Publicaciones. Universidad de Oviedo.

SISTEMA DE ANÁLISIS Y ESTADÍSTICA DEL TURISMO DE ANDALUCÍA (2000): *Boletín de indicadores turísticos de Andalucía*, núm. 18, diciembre.

VALDÉS PELÁEZ, L. (Director) (2000): *La actividad turística española en 1999*. AECIT.

VALDÉS PELÁEZ, L., y RUIZ VEGA, A. (Eds.) (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Servicio de Publicaciones. Universidad de Oviedo.

VERA REBOLLO, J.; ANTÓN CHAVES, S.; BUSTAMANTE, J., e IVARS BAIDAL, J. (1997): *El turismo de litoral*. AECIT, págs. 553-572.



# LEXICOLOGÍA

