

Yenis Marisel González Mora
yonmor@gobiernodecanarias.org
Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

Elizabeth Palenzuela Ramos ext-epalram@canarias.org
Unidad Mixta de Metodología e Investigación en Estadística Pública
Universidad de La Laguna-ISTAC.

Rafael Betancor Villalba rbetvil@gobiernodecanarias.org
Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

Jesús Alberto González Yanes

jgonyanp@gobiernodecanarias.org
Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

MICROMERCADOS Y MICRODESTINOS TURÍSTICOS

RESUMEN

Dada la importancia de algunos mercados de origen que visitan Canarias, se ha integrado una mejora en la estimación tanto del perfil, características del viaje como del volumen del gasto realizado, para ofrecer estimaciones infrapaís, es decir, por regiones; dando lugar a los **micromercados**.

Por otra parte, los **microdestinos** son áreas que cuentan con una mayor concentración de establecimientos de actividades turísticas y que presentan cierta homogeneidad en la antigüedad y las características de los establecimientos.

Este estudio permite contar con **información** de la oferta y la demanda **turística que existe en áreas concretas de Canarias para periodos especiales del año**, como Semana Santa, Carnaval o con motivo de algún evento cultural de especial relevancia.

También tiene otras muchas aplicaciones. De hecho, la **identificación de los hábitos de los turistas y el perfil del visitante** pueden formar parte de la **estrategia de marketing para empresas** que ofrecen servicios o productos en estos núcleos.

Palabras Clave: Canarias, turismo, micromercados, microdestinos,

Notas biográficas:

Yenis Marisel González Mora

ygonmor@gobiernodecanarias.org

Jefe de servicio de Coordinación estadística de la Consejería de Agricultura

Licenciada en Matemáticas y Ciencias Técnicas Estadísticas por la Universidad de La Laguna.

Técnico estadístico del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) 2003-2015

Jefe de servicio de Coordinación estadística de la Consejería de Agricultura desde Julio 2015

Elizabeth Palenzuela Ramos

ext-epalram@canarias.org

Unidad Mixta de Metodología e Investigación en Estadística Pública Universidad de La Laguna-ISTAC.

Diplomada en la Ingeniería Técnica de Informática de Gestión y licenciada en Ciencias y Técnicas Estadísticas por la Universidad de La Laguna.

Técnico estadístico en la empresa pública Gestión del Medio Rural desde 2008 – 2014.

Técnico senior en estadística en el proyecto de Investigación en Estadísticas de Turismo de Regiones Islas de la Unidad Mixta de Metodología e Investigación en Estadística Pública del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y la Universidad de La Laguna (ULL) desde 2015

Rafael Betancor Villalba

rbetvilb@gobiernodecanarias.org

Técnico Estadístico del Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

Licenciado en Matemáticas, Licenciado en Ciencias y Técnicas Estadísticas e Ingeniero Técnico en Informática de Gestión por la Universidad de La Laguna.

Jesús Alberto González Yanes

jgonyanp@gobiernodecanarias.org

Jefe de servicio de Estadísticas Económicas

Licenciado en Matemáticas

0. INTRODUCCIÓN

El sector turístico es de vital importancia para la economía canaria. Los resultados que arroja la Cuenta Satélite de Turismo, elaborada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), señalan que el turismo que visita nuestras islas genera el 32% del PIB de Canarias y el 30% de los puestos de trabajo. Al comparar las cifras obtenidas con la información suministrada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre ingresos por turismo en el año 2003, Canarias se encuentra entre los primeros quince países, ocupando de la undécima a la decimoquinta posición en función de la medida utilizada. Países como Grecia, Canadá o México y regiones como América del Sur obtienen ingresos por turismo similares a Canarias. Para ese mismo año, España, con una cuota mundial próxima al 8%, se sitúa tras Estados Unidos en ingresos recibidos por turismo. Con respecto a Canarias, el peso sobre los ingresos turísticos mundiales se sitúa entorno al 2%.

Hasta hace muy poco tiempo los países y regiones con un sistema estadístico desarrollado aportaban datos muy pobres sobre el turismo. La información se reducía a cifras de entradas y salidas de viajeros, número de pernoctaciones, gasto realizado por los turistas extranjeros, etc. Estos indicadores eran a todas luces insuficientes para describir y analizar el turismo en una región o país, y para comparar cifras entre regiones o países. Ante esta situación, varios organismos internacionales, destacando la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Oficina Estadística de la Comisión de las Comunidades Europeas (EUROSTAT), han publicado varios manuales de referencia para el impulso de un conjunto de actividades de investigación experimental estadística inscritas en un Sistema de Estadísticas del Turismo así como para potenciar la elaboración de las Cuentas Satélite del Turismo (CST).

El Instituto Canario de Estadística (ISTAC), tomando como referencia las citadas recomendaciones internacionales, ha venido desarrollando en los últimos años su estrategia investigadora con la finalidad de ofrecer más y mejor información en materia turística regional. Esos trabajos sitúan a Canarias en la vanguardia nacional y posiblemente internacional en estadística turística regional.

Sin embargo, las administraciones y agentes económicos, solicitan información con mayor grado de especialización y desagregación territorial para poder abordar tanto las actividades de promoción turística como los planes de excelencia turística a nivel micro.

Para ello se han llevado a cabo en los últimos años dos proyectos relevantes, como son:

- Estudio de micromercados emisores del turismo con destino a Canarias: La finalidad de esta investigación es conocer el perfil, satisfacción y gasto de los turistas que han visitado Canarias según sus lugares de residencia para unidades territoriales inferiores al país. Los resultados de la misma son esenciales, entre

otros beneficios, para el desarrollo de la estrategia de promoción turística de Canarias.

- Estudio de los microdestinos: El máximo nivel de desagregación al que el Instituto Canario de Estadística ofrece su información turística es el municipio turístico, pero consideramos que para zonas de alta concentración turística se necesita una información estadística aún más precisa. El problema con el que nos encontramos a la hora de analizar la información turística disponible es que los límites administrativos no son las divisiones adecuadas para analizar destinos turísticos a nivel local. En ocasiones, particularmente en destinos de alta densidad turística, pueden existir varias áreas turísticas diferenciadas dentro de un municipio turístico.

1. OBJETIVOS

1.1 Micromercados:

La finalidad del estudio de los micromercados es conocer el perfil y el gasto de los turistas que han visitado Canarias según sus lugares de residencia para unidades territoriales inferiores al país.

Esta investigación se centrará en el estudio de los micromercados emisores de las unidades territoriales NUT 1 (ver nota a pie de página¹) de los principales países emisores de turistas a Canarias, o sea, las unidades NUT 1 de Alemania y Reino Unido.

Alemania: El estudio se centrará en los 16 Länder.

Niveles NUT en Alemania:

NUT 1: 16 States (Länder)

NUT 2: 39 Government regions (Regierungsbezirke) (or equivalent)

NUT 3: 429 Districts (Kreise)

Reino Unido: El estudio se centrará en las 12 unidades territoriales que forman los Government Office Regions (England) y en los Country (Wales, Scotland, Northern Ireland).

Niveles NUT en Reino Unido:

NUT 1: 12 Government Office Regions (England) and Country (Wales, Scotland, Northern Ireland)

¹ NUT son las siglas en inglés de la Nomenclatura de las Unidades Territoriales Estadísticas utilizadas por la Unión Europea con fines estadísticos.

NUT 2: 37 Counties (some grouped); Inner and Outer London (England); Groups of unitary authorities (Wales, Scotland, Northern Ireland)

NUT 3: 133 Upper tier authorities or groups of lower tier authorities (unitary authorities or districts) (England) (Groups of unitary authorities in Wales, council areas in Scotland, districts in Northern Ireland)

El estudio se fundamentará en los ficheros de microdatos aportados por la Encuesta sobre el Gasto Turístico, en su revisión metodológica de 2009 y con el cuestionario revisado de 2010.

Adicionalmente, y si la encuesta demuestra capacidad suficiente, se estudiara el nivel NUT 2 para Alemania y Reino Unido, así como el nivel NUT 1 para otros mercados emisores. Para ello se podrá proceder a la unificación de muestra trimestral para obtener información semestral o anual. Esta misma estrategia investigadora se utilizará para desagregar la información para las 5 islas de destino turístico principal de Canarias.

1.2 Microdestinos:

Una de las principales tareas iniciales en este proyecto, como parte de la estrategia del ISTAC para integrar el *Sistema de Estadísticas Turísticas*, ha sido la geolocalización de su *Directorio de Establecimiento Turísticos*. Esto, a su vez, ha permitido la subsiguiente geolocalización de las encuestas turísticas de oferta y de demanda para obtener macrodatos para los microdestinos. Los principales objetivos son:

- Desarrollar una metodología para establecer los límites de microdestinos turísticos
- Aplicar esta metodología
- Y contribuir a los criterios internacionales para definir zonas turísticas relevantes a nivel local

Este trabajo es el resultado de un esfuerzo de colaboración de varios años entre los investigadores de la Cátedra de Turismo y el ISTAC.

Esta estrecha colaboración ha permitido que la Cátedra de Turismo tenga un papel muy destacado en la recientemente creada Unidad Mixta de Metodología e Investigación en Estadística Pública Universidad de La Laguna – Instituto Canario de Estadística. La Unidad Mixta de Investigación entre ambas instituciones está previsto que aporte nueva luz en diversos ámbitos, siendo la estadística turística uno de los campos prioritarios en este proyecto.

2.METODOLOGÍA

2.1 Definiciones

Las estadísticas de turismo del ISTAC se realizarán siguiendo las recomendaciones de EUROSTAT sobre cuestionarios y definiciones armonizadas para el conjunto de los Estados miembros de la Unión Europea, recogidas en la Directiva 95/57/CE del Consejo, de 23 de noviembre de 1995, sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo (DOCE nº L 291 de 06/12/1995) y Decisión de la Comisión de 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de dicha directiva (DOCE nº L 009 de 15/01/1999).

El Instituto Canario de Estadística (ISTAC), tomando como referencia las citadas recomendaciones internacionales, ha desarrollado su estrategia investigadora con la finalidad de ofrecer más y mejor información en materia turística regional. Sin embargo, las administraciones y agentes económicos, solicitan información con mayor grado de especialización y desagregación territorial para poder abordar tanto las actividades de promoción turística como los planes excelencia turística a nivel micro.

A lo largo de la última década, el ISTAC ha venido haciendo un gran esfuerzo para desarrollar el Sistema de Estadísticas Turísticas en respuesta a la importancia del turismo para el archipiélago. Realizando y publicando diferentes encuestas que proporcionan gran cantidad de información turística desde el lado de la oferta y el de la demanda.

Las diferentes operaciones estadísticas del R-TIS se vinculan con el elemento central del sistema que es el Directorio de Alojamientos Turísticos Colectivos de Canarias (ALOJATUR) debidamente georeferenciado. Este directorio se elaboró inicialmente a través de fuentes administrativas, pero posteriormente se ha mantenido complementariamente con información aportada por las operaciones estadísticas de demanda -a través de las cuales se detectan ofertas no registradas oficialmente o cambios de categorías respecto a la oferta oficializada- así como con las propias operaciones estadísticas de oferta -a través de las fuentes administrativas se detectan ofertas no registradas por la Oficina Autónoma de Turismo, y mediante las encuestas se detectan cambios no oficializados de plazas-.

La vinculación de las principales operaciones estadísticas de demanda con ALOJATUR se realiza incluyendo en los cuestionarios una pregunta de identificación del alojamiento turístico colectivo en el que ha pernoctado el turista encuestado. A través de dicha pregunta se consiguen identificar los alojamientos turísticos no incluidos en el directorio, y a su vez permite georeferenciar las encuestas de demanda; para con ello ofrecer información desde la perspectiva de la demanda turística por municipios o por microdestinos.

Por parte de las operaciones estadísticas de oferta, la relación con ALOJATUR se realiza de forma directa para las encuesta de alojamiento y a través de los números de identificación fiscal para las estadísticas de empresas así como para las de empleo. Todas estas operaciones ofrecen información de todas las unidades de análisis, al recoger datos por métodos censales o a través de registros administrativos, lo que facilita la desagregación territorial de los datos.

Asimismo, el sistema de operaciones aporta información integrada y coherente. Así por ejemplo los datos de pasajeros en puertos y aeropuertos son coherentes con los de número de turistas y éstos a su vez son coherentes con los datos de viajeros alojados en establecimientos alojativos. En esa misma línea los datos de empleo aportados por los establecimientos alojativos son coherentes con las fuentes administrativas.



Según tales directivas se consideran las siguientes definiciones:

Turismo: Las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares diferentes a su entorno habitual durante un máximo de un año consecutivo por ocio, trabajo u otras razones.

El turismo es una subdivisión de viaje, cuando viaje se entiende en un sentido amplio con el significado de movimiento de un lugar a otro. El turismo cubre el mercado mundial de viajes dentro del marco general de la movilidad de la población y la prestación de servicios a los visitantes. El turismo significa la práctica de viajar fuera del ámbito usual de una persona a todos los efectos. No obstante, por convenio se excluyen algunos motivos involuntarios de viajes: las estancias involuntarias en hospitales y otros establecimientos médicos que proporcionan un tratamiento clínico/médico recetado por un doctor.

En relación con un país dado, pueden distinguirse tres formas de turismo:

Turismo interno: el que comprende las actividades de los residentes en un país determinado que viajan y permanecen en lugares sólo en ese país, pero fuera de su entorno habitual.

En el caso del estudio del turismo en Canarias, se entiende por turismo interno al realizado en Canarias por los residentes en las islas.

Turismo entrante: el que comprende las actividades de los no residentes de un país determinado que viajan y permanecen en lugares de ese país fuera de su entorno habitual.

En el caso del estudio del turismo en Canarias, se entiende por turismo entrante al realizado en Canarias por los residentes en otros países o en otras CCAA de España.

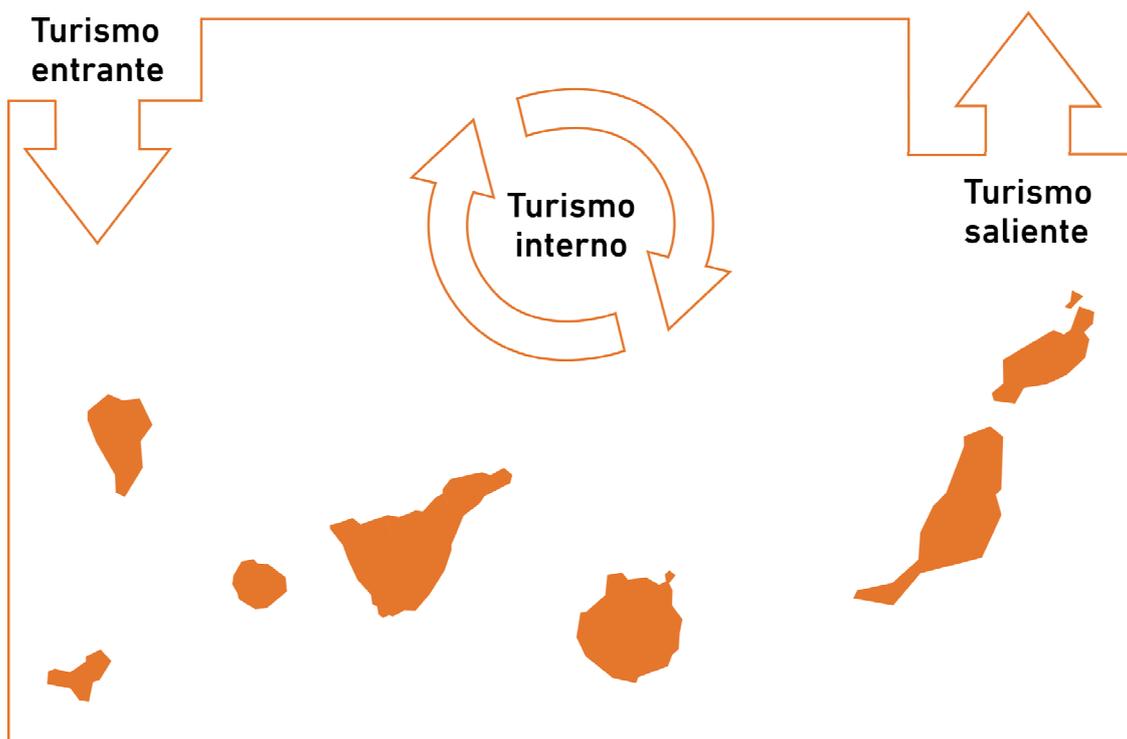
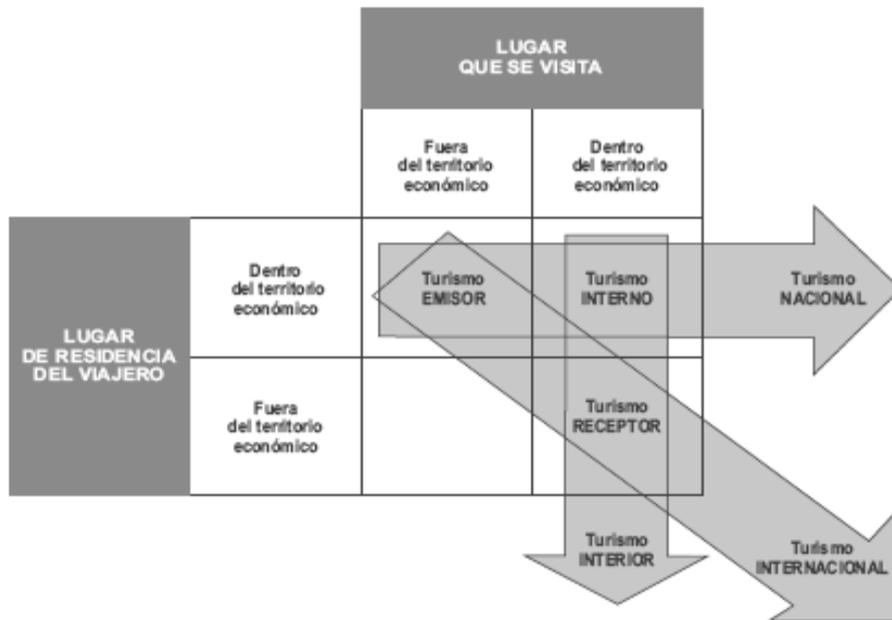
Turismo saliente: el que comprende las actividades de los residentes de un país determinado que viajan y permanecen en lugares, fuera de ese país y fuera de su entorno habitual.

Las tres formas básicas de turismo pueden combinarse de tres maneras para obtener las siguientes categorías de turismo:

Turismo interior, formado por el turismo interno y el turismo entrante.

Turismo nacional (o regional), formado por el turismo interno y el turismo saliente.

Turismo internacional, formado por el turismo entrante y el turismo saliente.



Viajero: Toda persona que viaja entre dos o más países o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia.

Visitante: Toda persona que viaja a un lugar diferente al de su entorno habitual permaneciendo en él menos de doce meses consecutivos cuando el objetivo principal

del viaje no es el ejercicio de una actividad remunerada desde el lugar visitado. El término de visitantes (internos/internacionales) comprende:

Turistas: Los visitantes que pernoctan en alojamientos colectivos o privados en el lugar/país visitado, y

Excursionistas: Los visitantes que no pernoctan en alojamientos colectivos o privados en el lugar/país visitado.

Los tres criterios fundamentales utilizados para distinguir los visitantes de los demás viajeros son los siguientes:

El viaje debe efectuarse a un lugar distinto del entorno habitual, lo que excluye el transporte local a corta distancia y los traslados entre el domicilio y el trabajo, esto es los viajes más o menos regulares entre el lugar de trabajo/estudios y el lugar de residencia.

La estancia en el lugar visitado no debe durar más de doce meses consecutivos, de otro modo el visitante se convertiría en residente en dicho lugar (a efectos estadísticos).

El motivo principal de las visitas debe ser distinto del ejercicio de una actividad remunerada desde el lugar visitado, lo que excluye los movimientos migratorios laborales.

Establecimiento de alojamiento turístico: Una unidad de actividad económica local definida en el anexo del Reglamento (CE) nº 696/93 del Consejo, que suministra servicios de alojamiento de pago –si bien los precios pueden estar parcial o totalmente subvencionados- a corto plazo o de corta duración, descritos en los grupos 55.1 (Hoteles y alojamiento similares), 55.2 (Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia) y 55.3 (Campings y aparcamientos de caravanas) de la NACE Rev. 2.

2.2 Micromercados

La fuente principal es la Encuesta sobre el Gasto Turístico, ejecutada trimestralmente por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Esta encuesta tiene una larga trayectoria, surgiendo en el año 1991 y manteniendo su serie hasta la actualidad. En el año 2009 se procedió a una importante mejora, producto de una investigación metodológica abordada en el seno del ISTAC. Esta nueva metodología se sostiene sobre conocimientos científico-técnicos sólidos y contrastados. Asimismo, en el año 2010 se introdujo una importante novedad en el cuestionario de la citada encuesta, solicitando a los encuestados el código postal de su lugar de residencia, siendo esta la base de conocimiento sobre la que sostendrá el estudio que se pretende abordar.

El estudio de micromercados emisores del turismo con destino a Canarias, desde la perspectiva metodológica es pionero tanto metodológicamente como por la información aportada por el mismo.

Una de las mayores dificultades del estudio de los micromercados es la validación y verificación de los códigos postales. Se ha utilizado la Base de datos de códigos postales NATIONAL_STATISTICS POSTCODE de Alemania y Reino Unido.

2.3 Microdestinos

Para diseñar y analizar los microdestinos en Canarias se han llevado a cabo seis pasos principales:

- Construir y mantener un directorio de establecimientos turístico actualizado. Este directorio incluye establecimientos legales y ilegales. Para mejorar el directorio el ISTAC utiliza una fuente muy útil – la Encuesta sobre Gasto Turístico. A través de esta encuesta se pregunta anualmente a aproximadamente 37.000 turistas por el nombre de establecimiento donde se ha alojado (si procede). Si el nombre proporcionado no está en el directorio, se investiga sobre el establecimiento y finalmente, si realmente existe, se incluye en el directorio.
- Geolocalización de los establecimientos turísticos que forman el directorio. Se han asignado coordenadas XY UTM (Universal Transverse Mercator) a cada establecimiento.
- Establecer los límites de los microdestinos. Para realizar esta tarea se emplearon los seis criterios que se exponen a continuación. Cuando el microdestino está justo al lado de una atracción turística, o de una concentración de establecimientos turísticos no alojativos (restaurantes, puertos, parques temáticos, playas, campos de golf, etc.), entonces esta zona turística no alojativa se incluye dentro del microdestino.
- Asignar a cada establecimiento turístico del directorio el microdestino al que pertenece a través de un Sistema de Información Geográfica, en este caso se ha empleado gvSIG.
- Atribuir la información estadística disponible a cada uno de los establecimientos del directorio (previamente georreferenciados). La particularidad de este proceso es que por cada establecimiento existe información desde el punto de vista de la oferta y de la demanda. En el caso de la oferta, la información geolocalizada es la que se obtiene a partir de la *Encuesta de Alojamiento Turístico en Establecimientos Hoteleros* y la de la *Encuesta de Alojamiento Turístico en Establecimientos Extrahoteleros*. Estas encuestas son censales, ya que actualmente la responden la totalidad de los establecimientos para todos los días del año. Y en el caso de la demanda, se trata de la información recogida a través de la *Encuesta sobre Gasto Turístico*. En esta última encuesta el turista indica, a la hora de cumplimentarla, el establecimiento donde se ha alojado. Como cada establecimiento está geolocalizado, se geolocaliza también la información proporcionada por la encuesta.

Obtener estadísticas turísticas relevantes para cada micro-destino. En el caso de las encuestas de oferta, como son de naturaleza censal, su geolocalización permite usar

estimadores directos para cada micro-destino. Sin embargo, para los datos recogidos por la parte de la demanda a través de una muestra de turistas, es necesario analizar el error cuadrático medio de los estimadores directos para los micro-destinos. Este test permite decidir cuándo usar estimadores directos y cuando usar estimadores de áreas pequeñas. Como los micro-destinos delimitados para Canarias son visitados por un número de turistas suficientes, la sub-muestra ha demostrado ser representativa y, por lo tanto, se encontró que los estimadores directos para los micro-destinos se comportan satisfactoriamente respecto a varianza y sesgo

Criterios empleados para la delimitación de los micro-destinos

Para la delimitación de micro-destinos turísticos en Canarias se necesitó establecer ciertos criterios. Cuando el municipio y sus fronteras administrativas no ofrecen un nivel apropiado de análisis turístico, el micro-destino emerge como una alternativa. ¿Por qué ocurre esto en turismo y no en otras actividades económicas? Porque una de las características distintivas del turismo es la importancia del destino – una red compleja que envuelve múltiples agentes cuyas relaciones tienen lugar en el espacio público y privado. Se han establecido y seguido seis criterios para la delimitación de los límites de un micro-destino. El primero permite a las áreas turísticas distinguirse de otras zonas. El segundo está relacionado con dividir las áreas turísticas en micro-destinos.

Criterios propuestos:

Criterio 1: Concentración de establecimientos de actividades características del turismo. Los micro-destinos delimitados en Canarias son áreas turísticas muy densas que incluyen un gran número de establecimientos de todo tipo de actividades características del turismo. Sin embargo, a una actividad turística, el alojamiento, se le ha dado especial importancia a la hora de definir las fronteras de los micro-destinos. Si hay una zona de restaurantes o atracciones de ocio (como parque de atracciones o campos de golf) junto a una zona de alojamiento, se incluye dentro de los límites del micro-destino.

Criterio 2: Homogeneidad de la oferta turística. Para distinguir entre micro-destinos conectados espacialmente se han tenido en cuenta las características de la oferta en general, y del alojamiento en particular. La edad y características de los establecimientos alojativos, en relación a las diferentes olas de desarrollo turístico, han sido factores relevantes a la hora de distinguir un micro-destino de otro.

Elegir el alojamiento como actividad clave implica que la importancia de los excursionistas o de los visitantes que no pernoctan no está siendo tomada en cuenta cuando se definen las áreas turísticas. En el caso de las áreas turísticas de Canarias esto no causa ningún problema ya que los turistas son el principal grupo de visitantes en términos de gasto y llegadas.

Existen varias ventajas de usar la concentración y las características de los establecimientos de alojamiento turístico (en lugar de las atracciones turísticas visitadas) como criterio principal para distinguir micro-destinos de áreas no turísticas y para dividir áreas turísticas en varios micro-destinos, estas ventajas incluyen:

- Los establecimientos de alojamiento turístico son fácilmente geolocalizables. Y por lo tanto, la mayor parte de la información turística puede ser subsecuentemente geolocalizada por medio del establecimiento usado por el turista.
- Aunque el turista presente una alta movilidad una vez llegado al destino, el alojamiento es el principio y el fin de sus micro-viajes y por lo tanto es el mejor punto de partida desde el que analizar la movilidad.
- Un segmento muy relevante de turistas usan el alojamiento turístico colectivo.
- El alojamiento representa una parte importante del gasto de los turistas en destino.
- Las instalaciones de alojamiento turístico colectivo normalmente se encuentran cerca de atracciones, restaurantes y la mayor parte de las instalaciones turísticas.
- La oferta alojativa es muy estable a lo largo del tiempo y por lo tanto, ello contribuye a la estabilidad de las fronteras de los micro-destinos.
- Las características de la oferta alojativa (tamaño, número de estrellas, etc.) están muy relacionadas con las actividades turísticas realizadas y los patrones de consumo de los clientes.

Criterio 3: Estabilidad. Los límites establecidos responden al desarrollo turístico de los últimos 50 años y no existe evidencia de que en las próximas décadas se vayan a producir cambios drásticos.

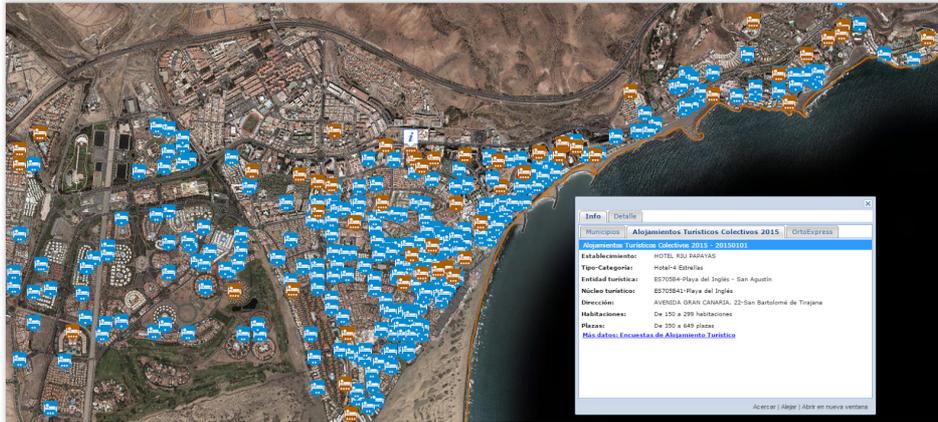
Criterio 4: Dinamismo y flexibilidad. A pesar de la estabilidad de las fronteras de los micro-destinos delimitados, estas líneas son lo suficientemente flexibles para permitirles extenderse en el caso de un nuevo desarrollo turístico. Recalcular los datos para cada micro-destino es un proceso sencillo.

Criterio 5: Factibilidad y relevancia. El número de zonas es gestionable desde el punto de vista estadístico, y todas ellas contienen un número de establecimientos suficientes para respetar el secreto estadístico.

Criterio 6: Apoyo público y privado. Aunque aún no se ha solicitado la opinión del sector privado en cuanto a la delimitación de micro-destinos turísticos en Canarias, este documento preliminar en parte es para que ellos los conozcan, si se han tenido en cuenta diferentes entes públicos relacionados con el turismo, con los que se han realizado diferentes reuniones para llegar a un consenso acerca de por dónde se debían trazar los límites. Para delimitar las áreas de Gran Canaria se contó con el asesoramiento de su Patronato de Turismo, en el caso de Tenerife el apoyo vino de la mano de Turismo de Tenerife, en Lanzarote

se mantuvo comunicación con el Centro de Datos de su Cabildo, en Fuerteventura con el Cabildo. Y por último con Promotur de la Consejería de Turismo.

Imagen 1. Ejemplo de georeferenciación de ALOJATUR en la Infraestructura de Datos Espaciales de Canarias (IDECanarias)



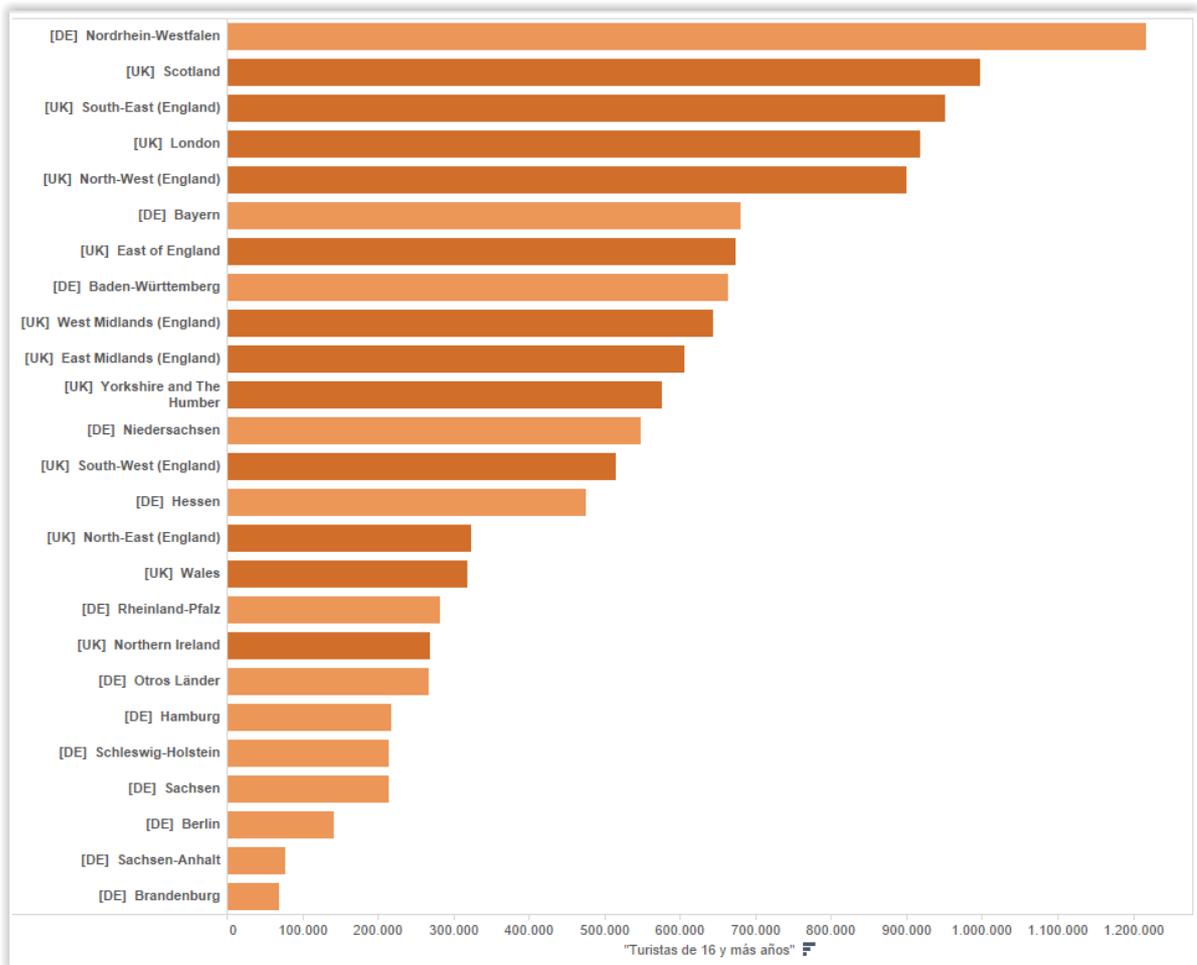
3. RESULTADOS

3.1 Resultados Micromercados

En 2015 visitaron Canarias más de 13 millones de turistas, representando el mercado británico un 31% del total y mercado alemán un 21% con más de 2,7 millones de turistas.

En este apartado veremos la importancia de la desagregación de los principales mercado que visitan la Comunidad Autónoma de Canarias, para poder planificar, gestionar y mejorar tanto los servicios ofrecidos como la calidad de los mismos. La pregunta es ¿El número de los turistas que nos visitan por regiones es el mismo?

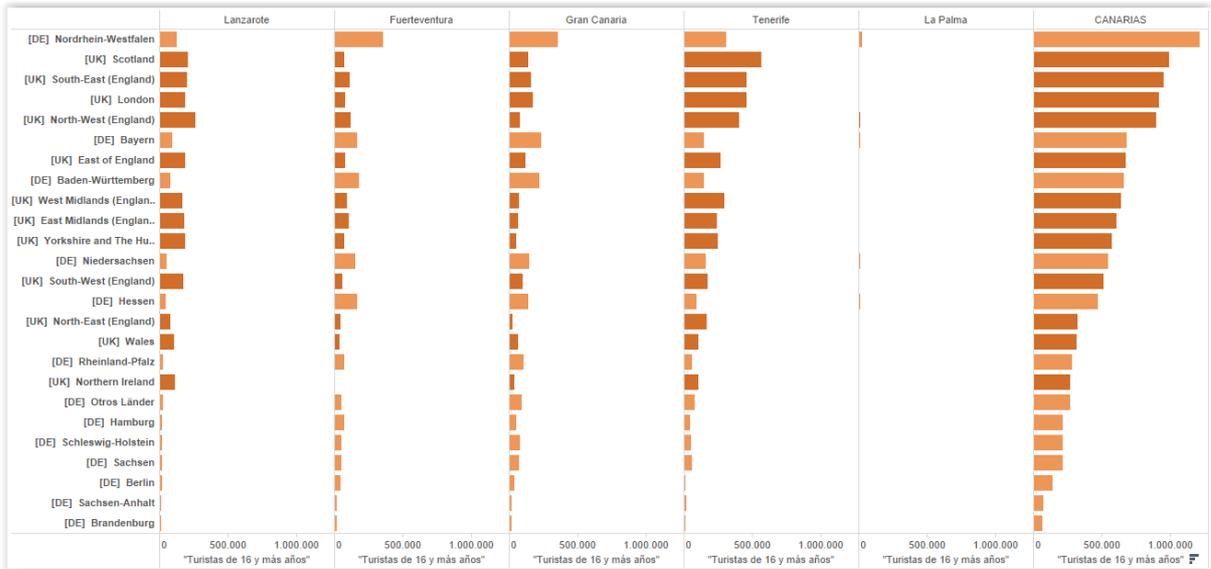
Gráfico 1. Turistas de 16 y más años por NUTS1 de residencia (Alemania y Reino Unido), 2015



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

Cabe en destacar, como podemos observar en el gráfico 1 que de la región que más recibimos turistas es Nordrhein-Westfalen de Alemania seguida de Scotland del Reino Unido, Brandenburg y Sachsen son las regiones de donde menos turistas recibe Canarias. Si desagregamos esta información por islas observamos que Fuerteventura y Gran Canaria tienen un comportamiento similar, respecto a la recepción de turistas según regiones de procedencia, destacando en ambas islas la región de Nordrhein-Westfalen.

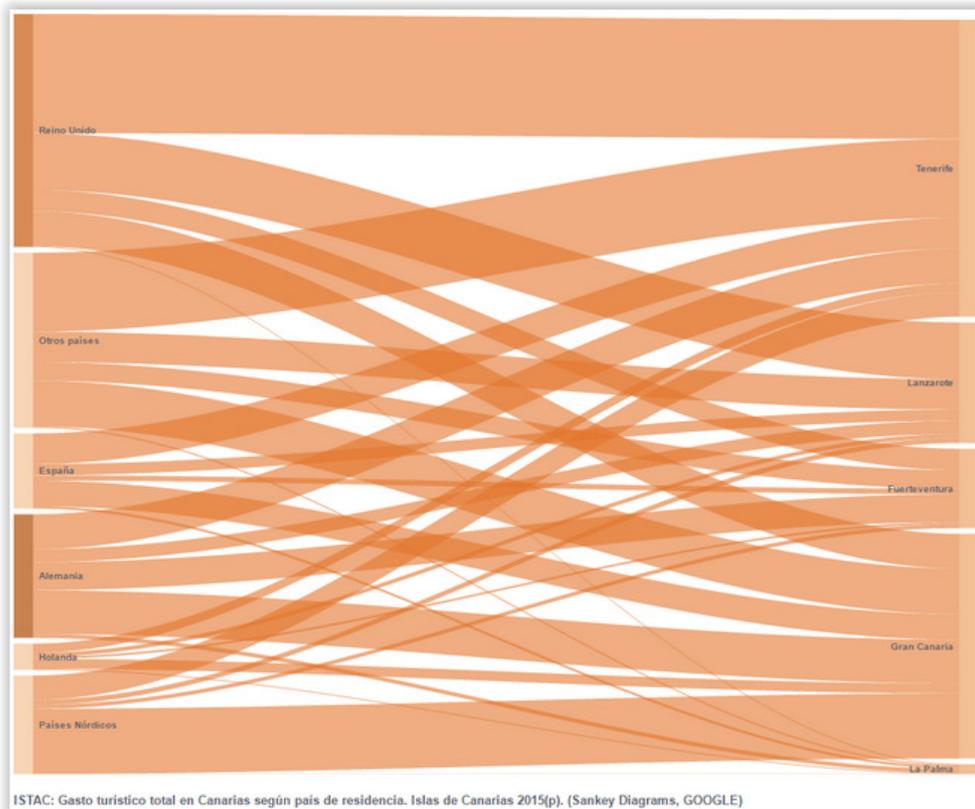
Gráfico 2. Turistas de 16 y más años por NUTS1 de residencia e islas de destino (Alemania y Reino Unido). 2015



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

Otro indicador relevante a analizar es el gasto total realizado por los turistas tanto desde su país, región de residencia cómo el realizado en el archipiélago, para ello se ha realizado los siguientes gráficos de flujo (Sankey Diagrams, Google).

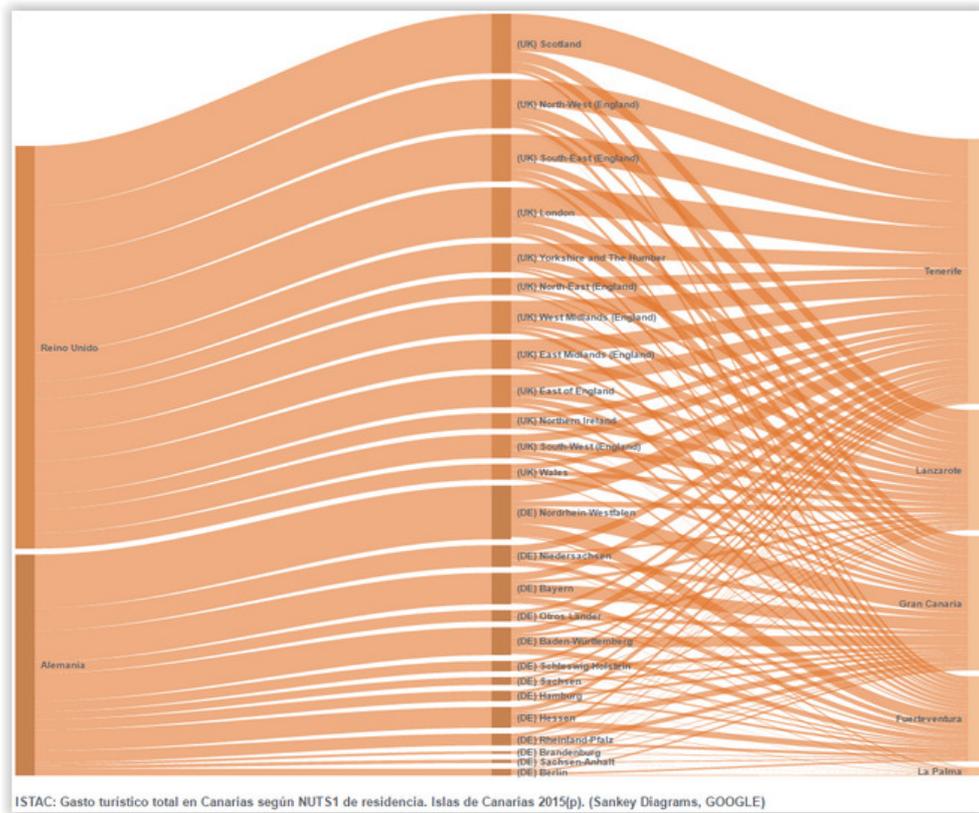
Gráfico 3. Gasto total según países de residencia e islas de destino. 2015



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

En el gráfico 3 comprobamos que los países más importantes según el gasto total son efectivamente Alemania y Reino Unido.

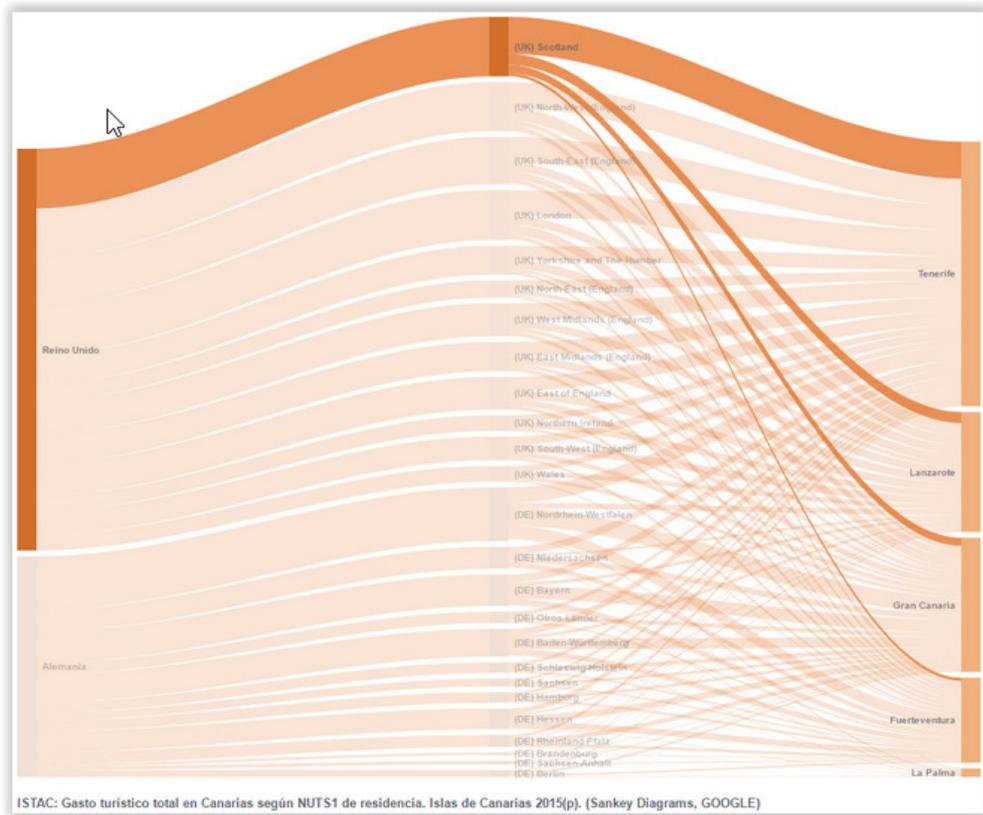
Gráfico 4. Gasto total según países de residencia y regiones por islas de destino. 2015



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

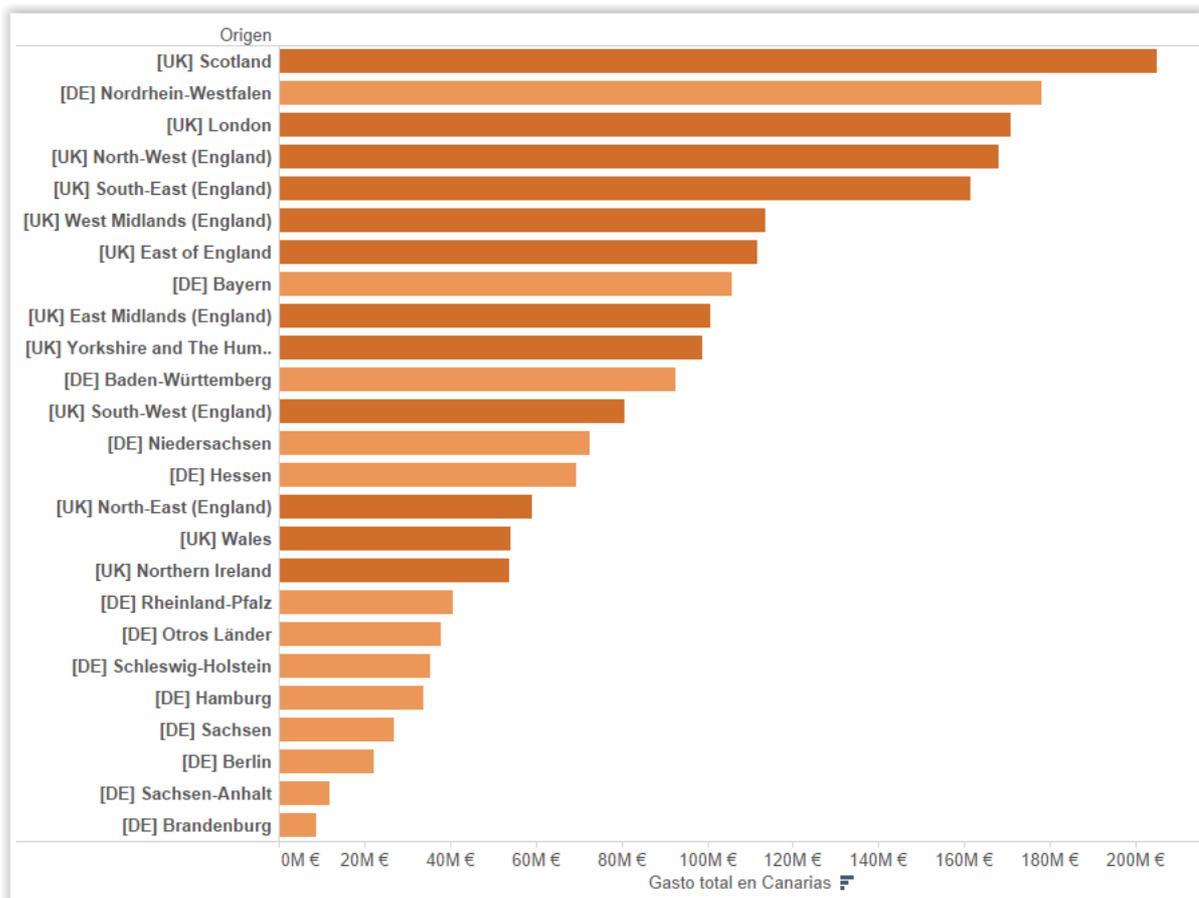
En el gráfico 5 podemos ver como se reparte el gasto total correspondiente a la NUT 1 - Scotland entre las distintas islas, y cuál es su peso relativo con respecto al total del gasto del Reino Unido .

Gráfico 5. Gasto total según países de residencia y regiones por islas de de destino. 2015



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

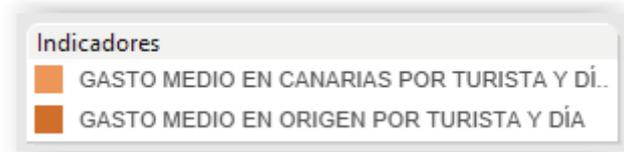
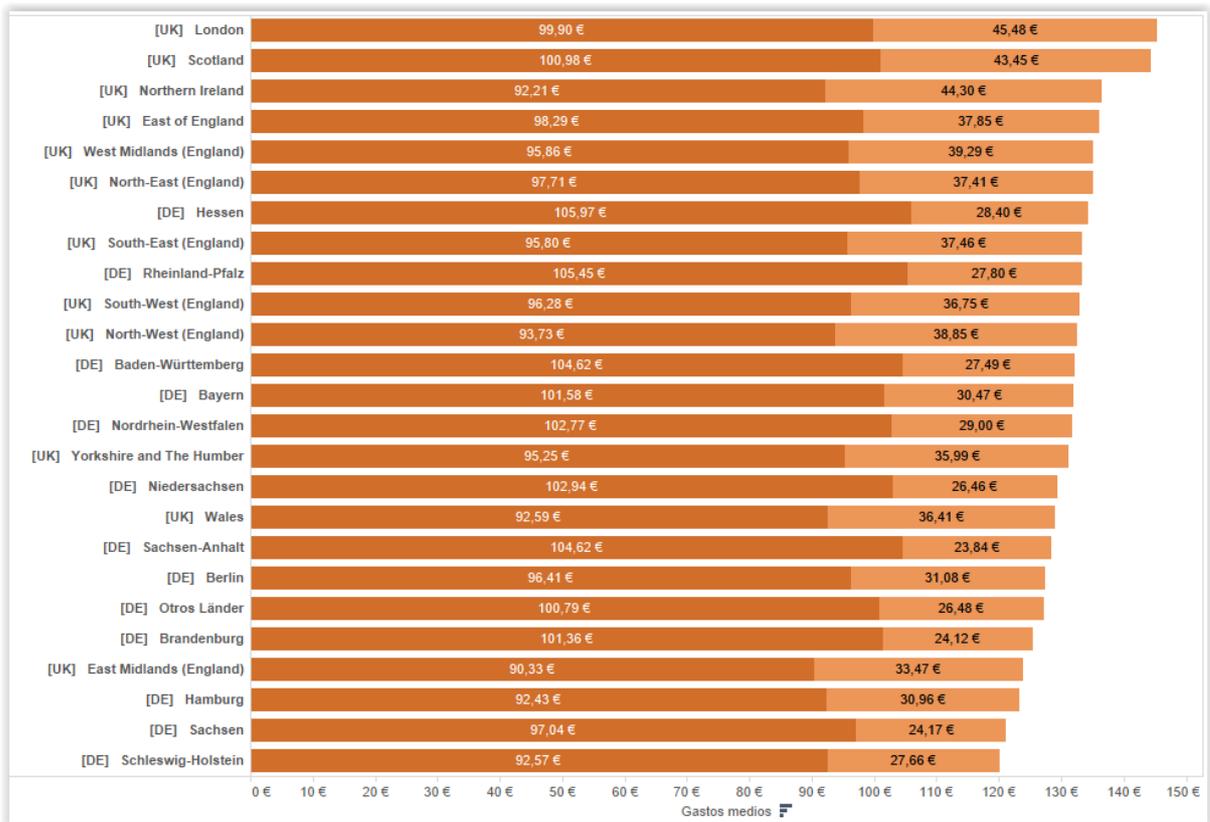
Gráfico 6. Gasto turístico total en Canarias según NUTS1 de residencia (Alemania y Reino Unido). 2015.



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

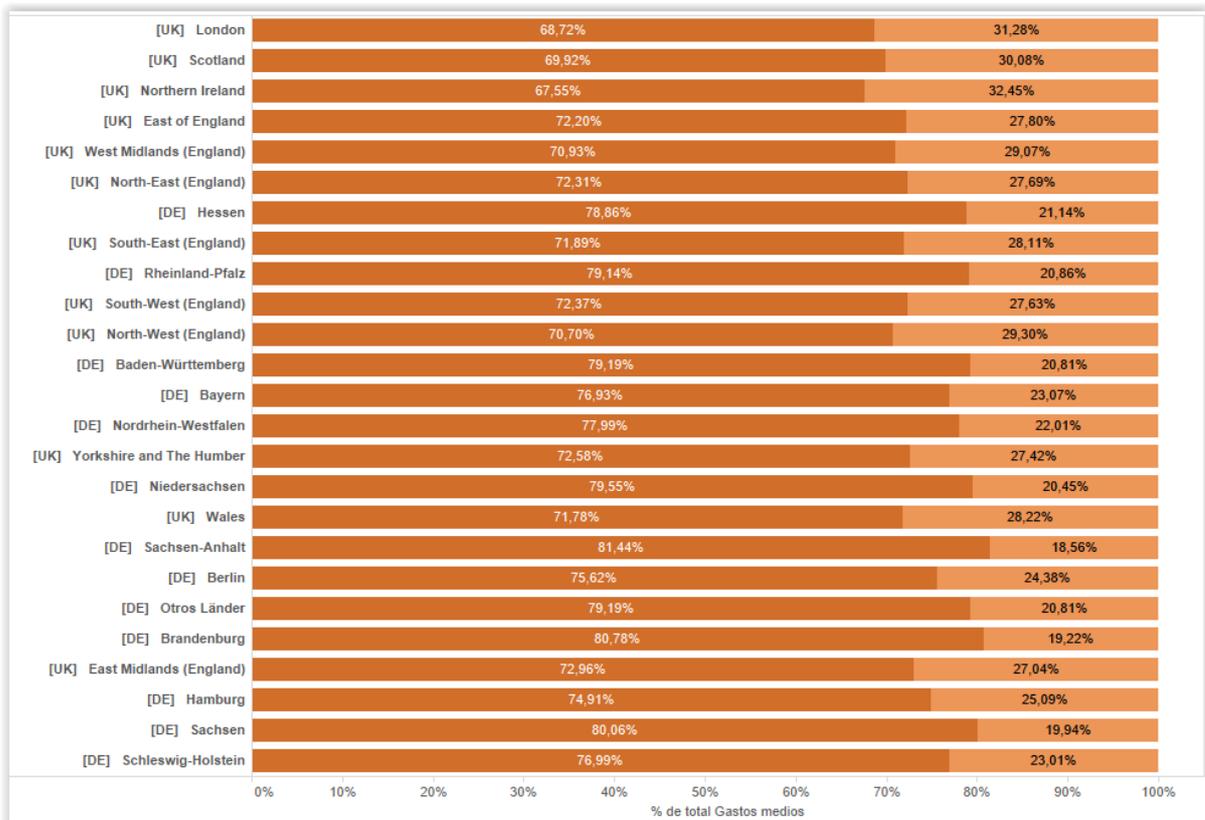
Podemos observar en el gráfico 6 que la región con mayor gasto realizado es Scotland del Reino Unido seguida de Nordrhein-Westfalen de Alemania.

Gráfico 7. Gasto medio por turista y día. Canarias 2015. Valor absoluto:



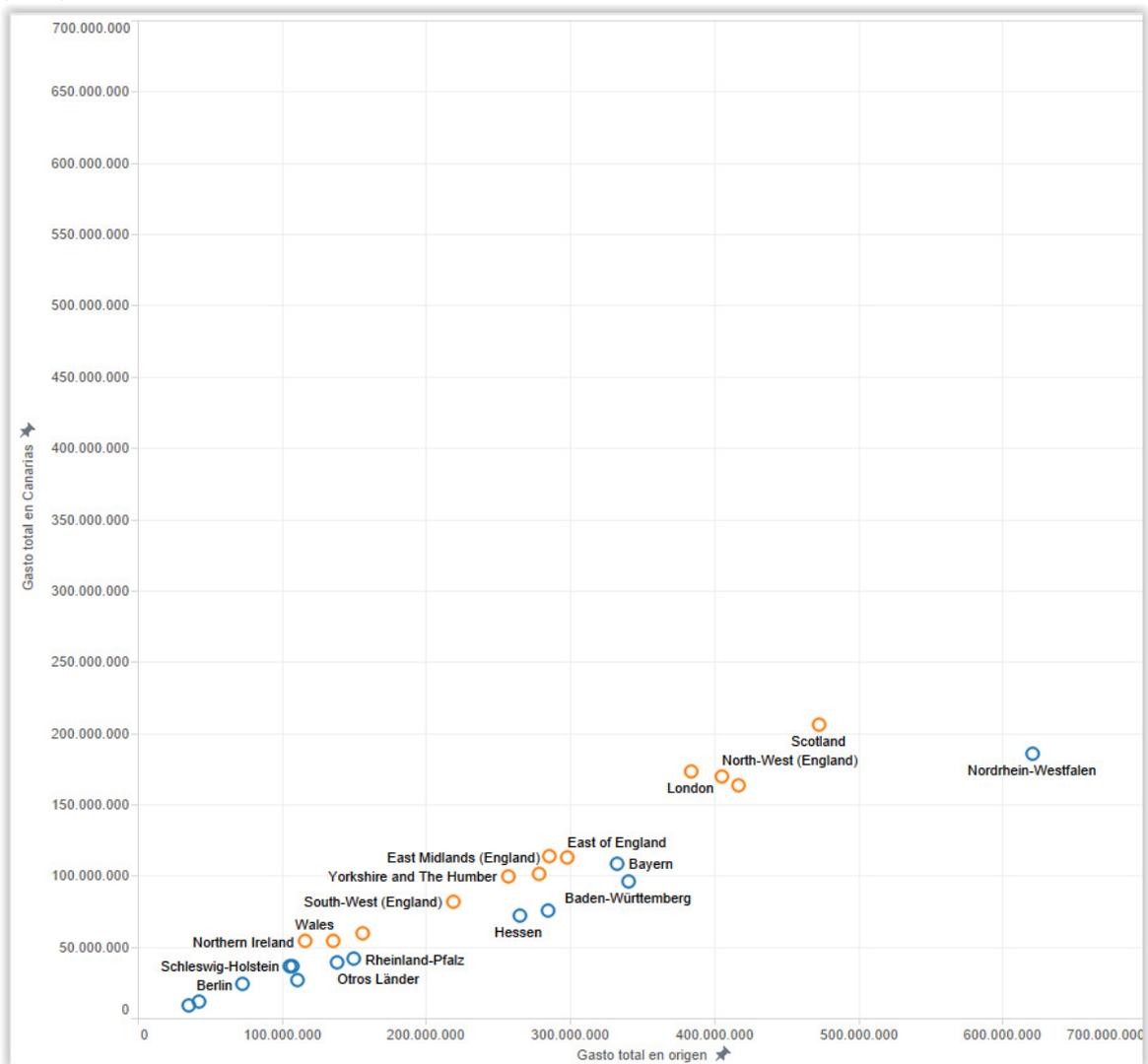
Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

Gráfico 8. Porcentaje sobre el total de gasto por turista y día:



Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico.

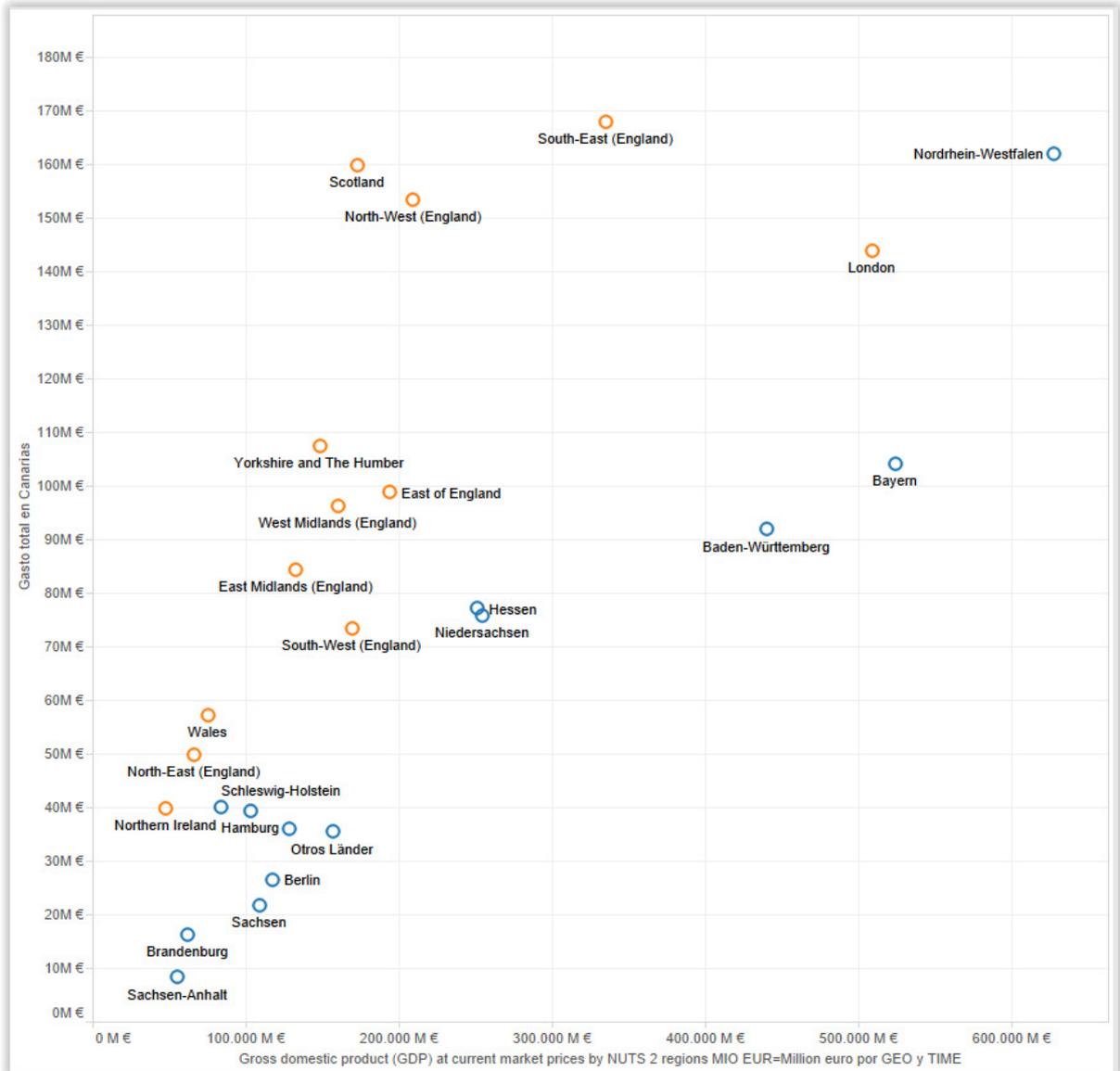
Gráfico 9. Gasto en origen frente gasto en destino (2015):



Manteniendo la misma escala en ambos ejes se destaca que el gasto en origen es mayor que el gasto en Canarias.

Tener los datos al nivel de NUTS 1 permite la comparación con datos publicados por otras fuentes como EUROSTAT, por ejemplo comparar el Gasto turístico con el PIB:

Gráfico 10. Gasto total en Canarias frente al PIB (2015):



Este gráfico nos permite ver que hay regiones como Bayern y Baden-Württemberg, donde el PIB es alto, pero no tanto el gasto total en Canarias. Antes de sacar conclusiones habría que analizar el motivo de que el gasto total en Canarias no sea más alto, ¿es porque el gasto medio es más bajo? o ¿es porque el número de turistas es menor? Independientemente del motivo, cabe pensar que estas regiones pueden ser un objetivo principal para centrar campañas de publicidad.

3.2 Resultados Microdestinos

Cómo se explicó en apartado 1, la desagregación que existe en las operaciones estadísticas de turismo era el municipio turístico, en la siguiente tabla podemos observar qué se publica:

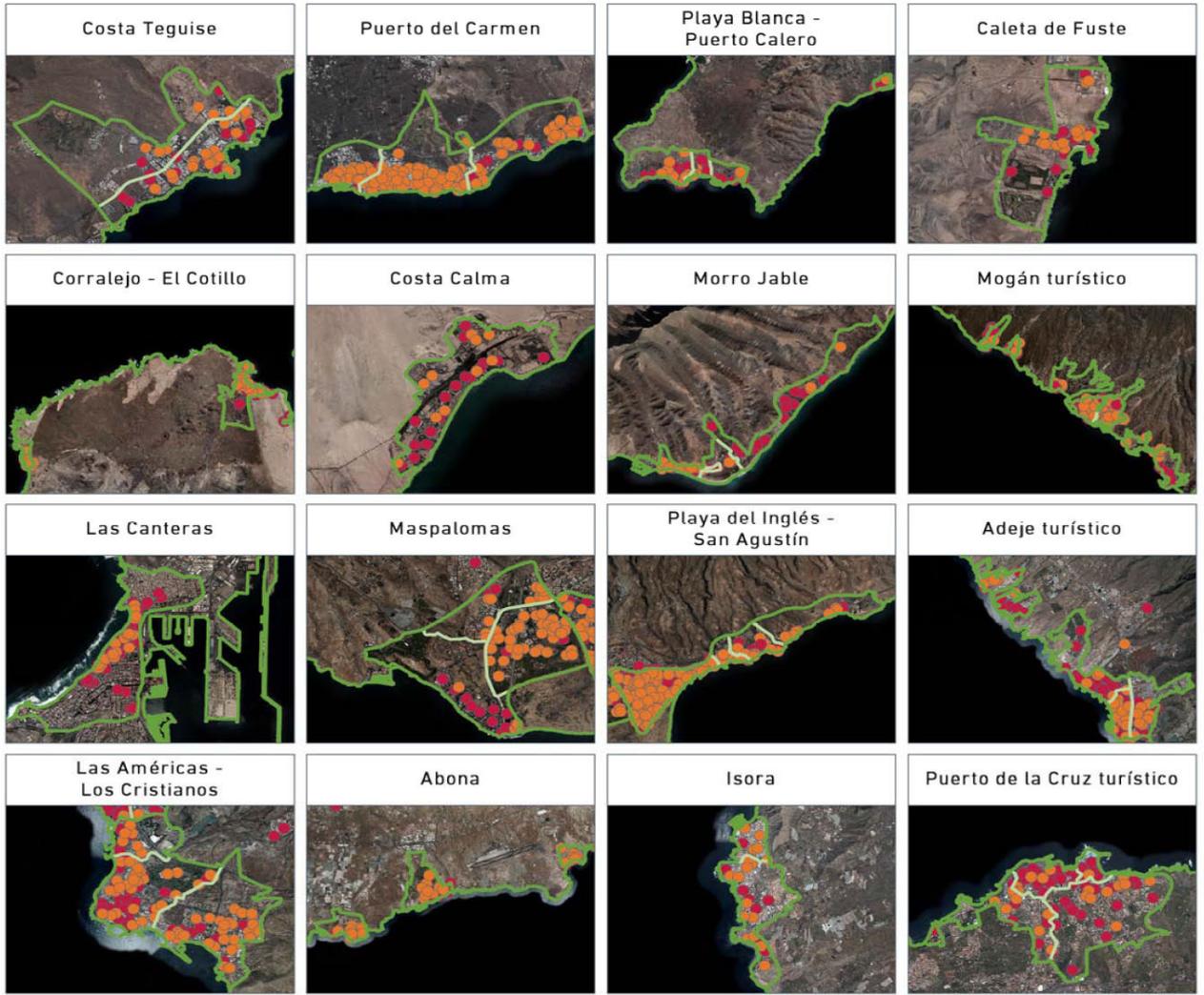
Tabla 1. Municipios para los que el ISTAC publica información turística según encuesta

	EATEH	EATEE	EGT
Lanzarote			
	Arrecife		Arrecife
	Teguise	Teguise	Teguise
	Tías	Tías	Tías
	Yaiza	Yaiza	Yaiza
		Resto de municipios de LZ	
Fuerteventura			
	Antigua	Antigua	Antigua
	La Oliva	La Oliva	La Oliva
	Pájara	Pájara	Pájara
	Puerto del Rosario		Puerto del Rosario
	Resto de municipios de FV	Resto de municipios de FV	
Gran Canaria			
	Mogán	Mogán	Mogán
	Las Palmas de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria
	San Bartolomé de Tirajana	San Bartolomé de Tirajana	San Bartolomé de Tirajana
	Resto de municipios de GC		
Tenerife			
	Adeje	Adeje	Adeje
	Arona	Arona	Arona
		Granadilla de Abona	
	Puerto de la Cruz	Puerto de la Cruz	Puerto de la Cruz
	Santa Cruz De Tenerife		Santa Cruz De Tenerife
	Santiago del Teide	Santiago del Teide	Santiago del Teide
La Gomera			
	San Sebastián de la Gomera	San Sebastián de la Gomera	
		Valle Gran Rey	
	Resto de Municipios de LG	Resto de Municipios de LG	
La Palma			
	Breña Baja	Breña Baja	
	Fuencaliente de la Palma	Fuencaliente de la Palma	
		Los Llanos de Aridane	
		El Paso	
	Santa Cruz de la Palma	Santa Cruz de la Palma	
	Resto de municipios de LP	Resto de municipios de LP	
El Hierro			
	Valverde	Valverde	
		El Pinar de El Hierro	
	Resto de municipios de EH		

EATEH - Encuesta de Alojamiento Turístico en Establecimientos Hoteleros
 EATEE - Encuesta de Alojamiento Turístico en Establecimientos Extrahoteleros
 EGT - Encuesta sobre Gasto Turístico

Una vez aplicada la metodología citada en el apartado 2, los resultados se comprueban en la imagen 2

Imagen2: Entidades turísticas



+

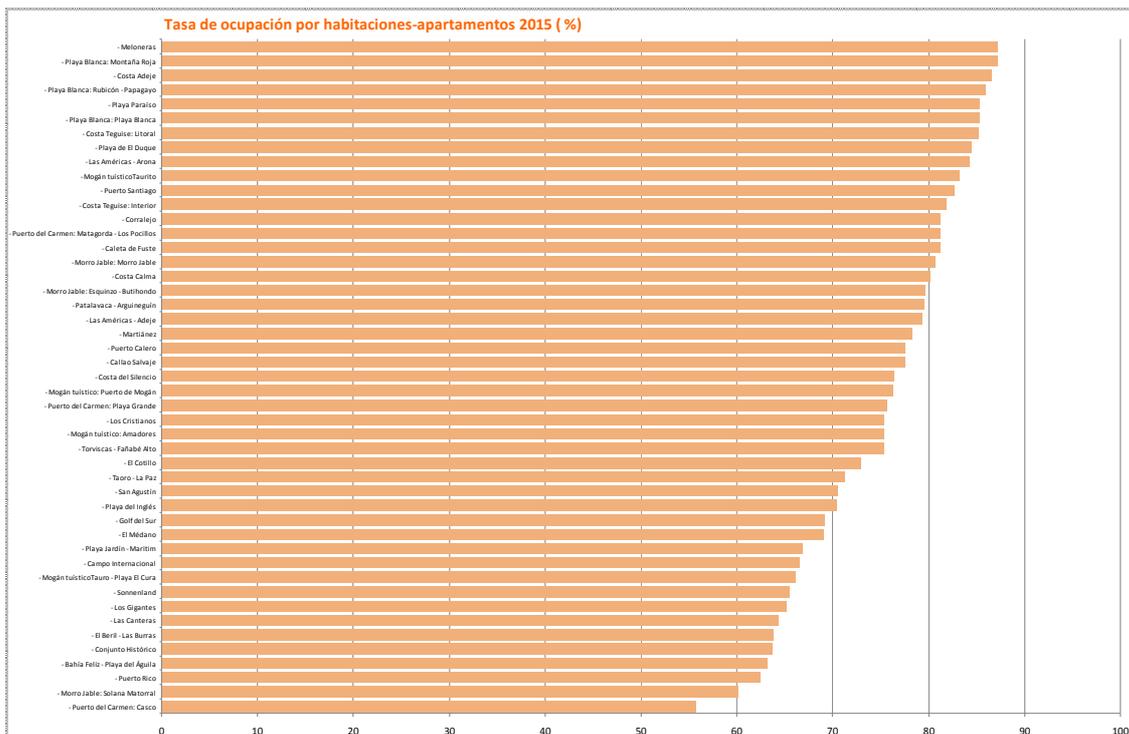
Se han obtenido 16 entidades turísticas y 47 núcleos turísticos, 9 para la isla de Lanzarote, 7 para Fuerteventura, 14 para Gran Canaria y 17 para Tenerife, cómo podemos observar en la tabla 2

Tabla2 Núcleos y entidades turísticas

Isla	Entidad	Núcleo Turístico
Lanzarote		
	Costa Tequise	Costa Tequise: Interior Costa Tequise: Litoral
	Puerto del Carmen	Puerto del Carmen: Casco Puerto del Carmen: Playa Grande Puerto del Carmen: Matagorda - Los Pocillos
	Playa Blanca - Puerto Calero	Playa Blanca: Montaña Roja Playa Blanca: Playa Blanca Playa Blanca: Rubicón - Papagayo Puerto Calero
Fuerteventura		
	Caleta de Fuste	Caleta de Fuste
	Corraleio - El Cotillo	Corraleio El Cotillo
	Costa Calma	Costa Calma
	Morro Jable	Morro Jable: Morro Jable Morro Jable: Solana Matorral Morro Jable: Esquinzo - Butihondo
Gran Canaria		
	Moaán turístico	Puerto de Moaán Taurito Tauro - Playa El Cura Amadores Puerto Rico Patalavaca - Arguineguín
	Las Canteras	Las Canteras
	Maspalomas	Meloneras Sonnenland Campo Internacional
	Playa del Inglés - San Agustín	Playa del Inglés El Beril - Las Burras San Agustín Bahía Feliz - Playa del Águila
Tenerife		
	Adeie turístico	Callao Salvaie Playa Paraíso Playa de El Duque Costa Adeje Torviscas - Fañabé Alto
	Las Américas - Los Cristianos	Las Américas - Adeje Las Américas - Arona Los Cristianos
	Abona	Costa del Silencio El Médano Golf del Sur
	Isora	Los Gigantes Puerto Santiago

Isla	Entidad	Núcleo Turístico
	Puerto de la Cruz turístico	Playa Jardín - Maritim
		Conjunto Histórico
		Taoro - La Paz
		Martiánez

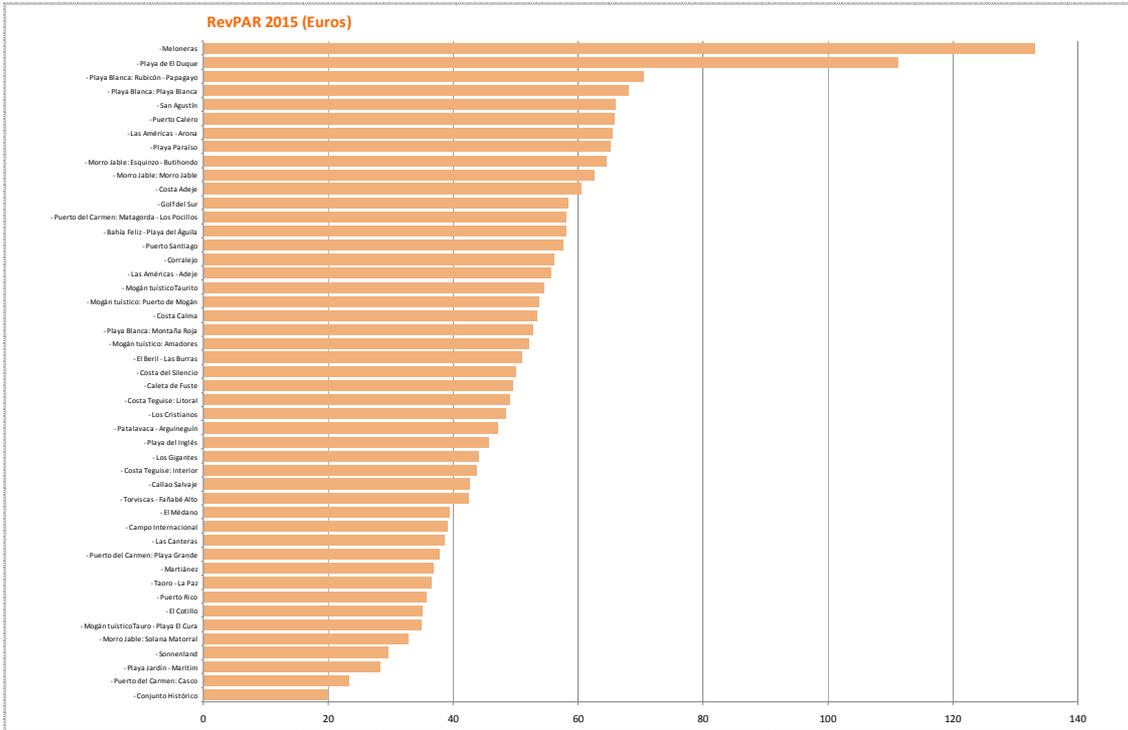
Gráfico 11. Tasa de ocupación por habitaciones-apartamentos de los núcleos turísticos. 2015



Fuente: Encuesta de Alojamiento Turístico.

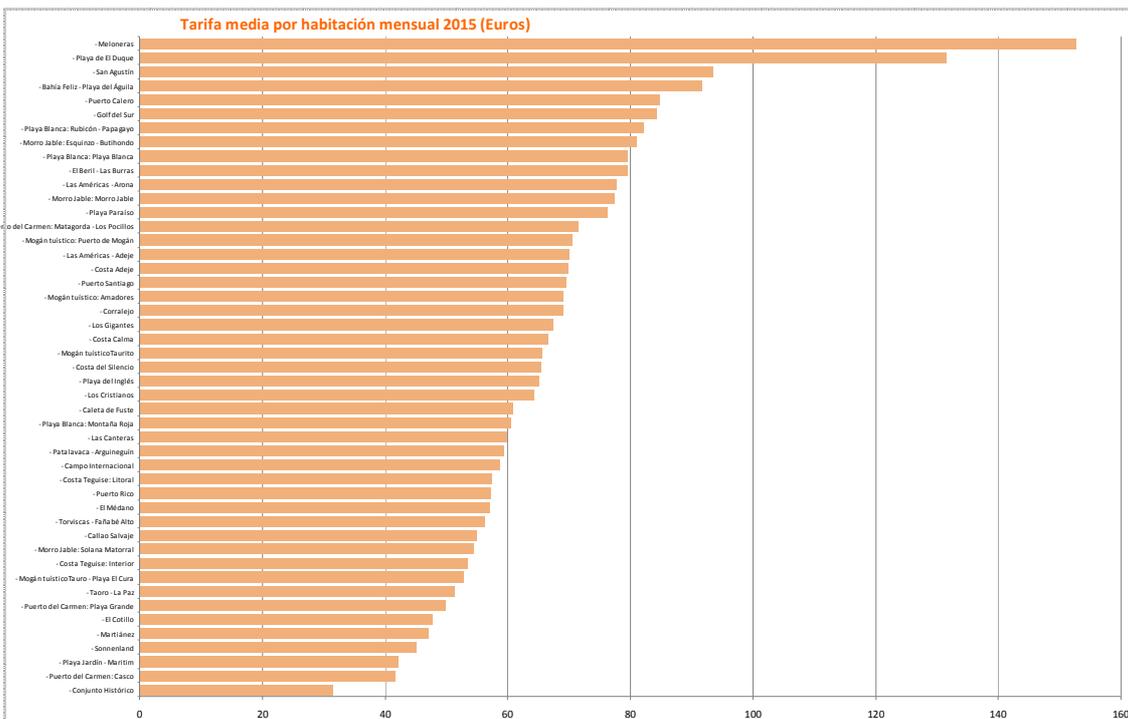
En el gráfico 11 se puede observar que la tasa de ocupación por habitaciones-apartamentos en gran parte de los núcleos turísticos es superior al 70%.

Gráfico 12. Ingresos por habitaciones disponible (RevPAR) de los núcleos turísticos. 2015



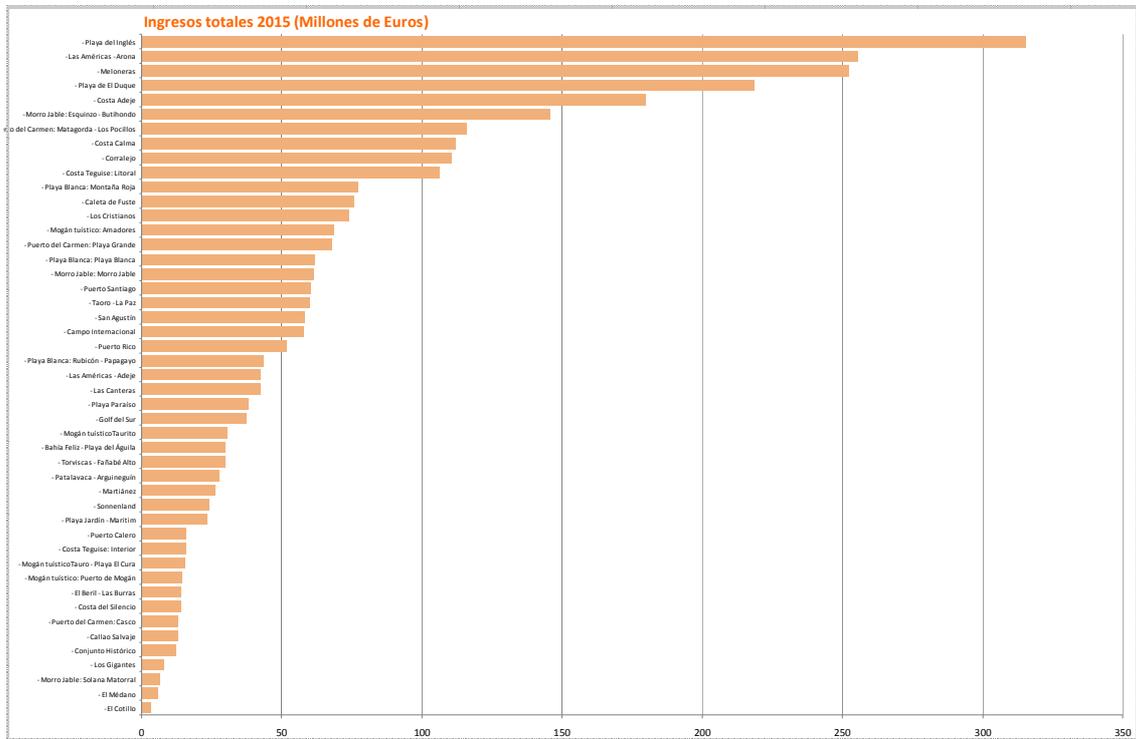
Fuente: Encuesta de Alojamiento Turístico.

Gráfico 13. Tarifa media por habitación mensual (ADR) de los núcleos turísticos. 2015



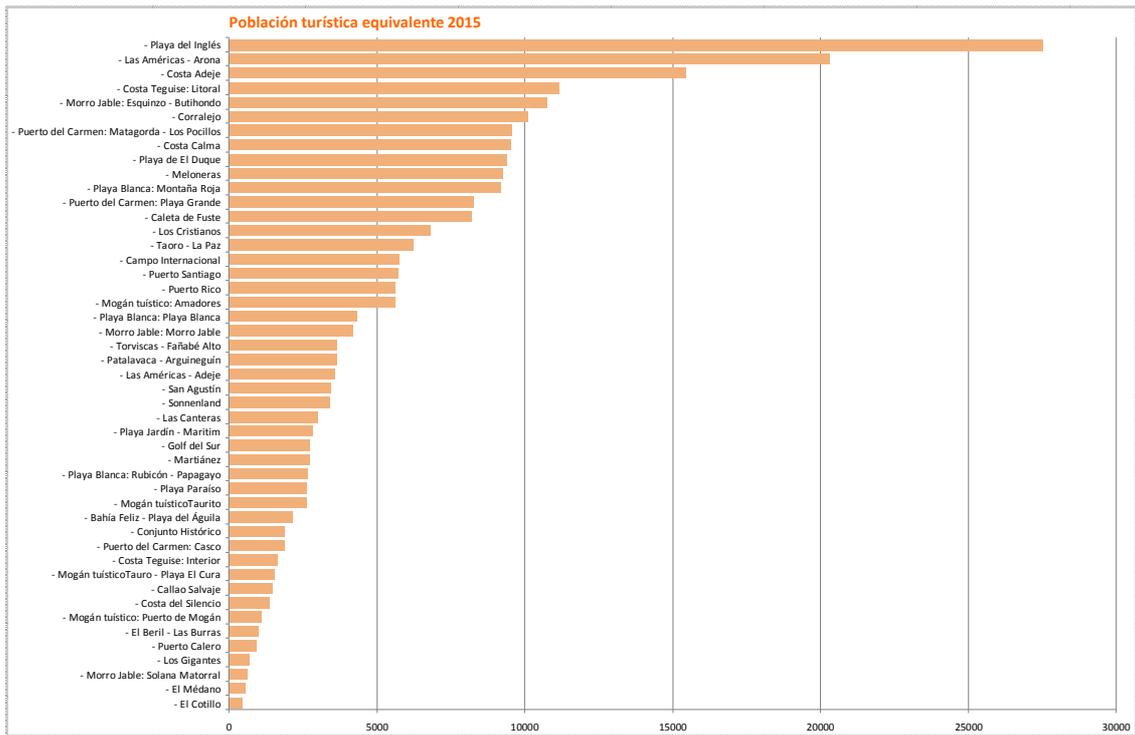
Fuente: Encuesta de Alojamiento Turístico.

Gráfico 14. Ingresos totales de los núcleos turísticos. 2015



Fuente: Encuesta de Alojamiento Turístico.

Gráfico 15. Población turística equivalente de los núcleos turísticos. 2015



Fuente: Encuesta de Alojamiento Turístico.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ SOUSA, A. (2005), “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos”, *Política y Sociedad*, vol. 42, nº 1.

AP, J. (1992): “Resident’s perceptions on tourism impacts” *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, pp 665-690.

BALOGLU, S. y MCCLEARY, K.W. (1999): “A model of destination image formation”. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, nº 4.

BAKER, D.A. y CROMPTON, J.L. (2000), “Quality, satisfaction and behavioral intentions”, *Annals of Tourism Research*, vol. 27, nº 3.

BEERLI, A. y MARTÍN, J. (2002): “El proceso de formación de la imagen de los destinos turísticos: una revisión teórica”. *Estudios Turísticos* nº 154.

BRUNT, P. y COURTNEY, P. (1999), “Host perceptions of sociocultural impacts”, *Annals of Tourism Research*, vol. 26, nº 3.

CALLEJO, J. (2004): *Transformaciones de la demanda turística española: apuntes prácticos*. Ed. Ramón Areces, Madrid.

CALLEJO, J., GUTIÉRREZ, J. y VIEDMA, A. (2005), “El proceso de constitución de España en una sociedad turística”, *Política y Sociedad*, vol. 42, nº 1.

CASTELLS, M. (1997), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol 1 La sociedad red*, Madrid, Alianza.

DOXEY, G. (1975) "A causation theory of visitor-resident irritants. Methodology and research inferences", en Proceedings of the Travel Research Association, 6º Annual Conference, Salt Lake City.

ECO, U (1999), "Viaje a la Hiperrealidad", La estrategia de la ilusión, Barcelona, Lumen.

FERNÁNDEZ, J.M., MORATO, A. y RODRÍGUEZ, A. (2005): Estudio de Prospectiva del Sector Turismo. Escenarios de demanda global y tendencias tecnológicas. Fundación OPTI. Madrid. www.opti.org

FOX, K. (2002), "Marketing Mardi Gras: Commodification, Spectacle and the Political Economy of Tourism in New Orleans", Urban Studies, Vol. 39, No. 10.

JAFARI, J. (2005), "El turismo como disciplina científica", Política y Sociedad, vol. 42, nº 1.

LANQUAR, R. (2006): Le futur des industries du voyage. Conferencia en la Université de Tous – les – Savoires, Enero de 2006.

LASH, S. y URRY, J. (1994, ed. española de 1998), Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización, Buenos Aires, Amorrortu.

MACCANNELL, D.

(1973) "Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings", American Journal of Sociology, vol. 79, nº 3.

(2003, ed. original inglesa de 1976), El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa. Madrid, Melusina.

MASTNY, L. (2001): Traveling Light: New Paths for International Tourism. Worldwatch Paper 159. Worldwatch Institute, Washington DC. www.worldwatch.org

MUÑOZ OÑATE, F. (1994), Marketing Turístico, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.

PAPATHEODOROU, A. (2001): "Why people travel to different places" Annals of Tourism Research, vol. 28, nº 1.

PEARCE, D. (1989), Tourist development, Harlow, Longman.

PIZAM, A., NEUMANN, Y. y REICHEL, A. (1979), "Tourist satisfaction: Uses and misuses", Annals of Tourism Research, vol. 6, nº 2.

SALAZAR, N.B. (2005), "Más allá de la Globalización: La «Glocalización» del turismo", Política y Sociedad, vol. 42, nº 1.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, P. (2007b). "Un marco teórico para el análisis de las organizaciones turísticas". Jornadas sobre Turismo y Sociedad, Córdoba.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, P. y MOLINA, O. (2006). "La segmentación de la demanda turística española". IV Congreso de Metodología de Encuestas, Navarra.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, P. y MOSCOSO SÁNCHEZ, D. (2007). "La práctica deportiva entre los turistas andaluces". Jornadas sobre Turismo y Sociedad, Córdoba.

SANTANA TURÉGANO, M.A

(2000): "Turismo fordista y postfordista. Una primera aproximación a la operativización de conceptos" in LATIESA RODRÍGUEZ, M, Y ÁLVAREZ SOUSA, A (2000) (ed): El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo, Editorial Urbano, Granada.

(2003), Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria), Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, disponible en www.tdx.cesca.es/TDX-0123104-173733/

SHERLOCK, K. (2001), "Revisiting the concept of hosts and guests", *Tourist Studies*, vol. 1, nº 3.

URRY, J.

(2000), *The Tourist Gaze*, 2ª ed., Londres, Sage.

(2001), "The Tourist Gaze and Beyond: an Interview with John Urry", entrevista publicada por Adrian Franklin en *Tourist Studies*, Nov 2001; 1

WILLIAMS, J. y LAWSON, R. (2001), "Community issues and resident opinions of tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 28, nº 2.

WTO - WORLD TOURISM ORGANIZATION

(2000), *Conceptos, clasificaciones y definiciones de las estadísticas de turismo*, Manuales Técnicos de OMT, nº 1, Madrid.

(2005a): UNWTO Tourism Highlights, Edition 2005. Available in http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005_eng_high.pdf

(2005b): *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica*. WTO, Madrid.