

**MEMORIA TÉCNICA DE LA ACTIVIDAD**  
**“BALANCE DEL AÑO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA”**



## **0.IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD**

### **Código y denominación de la actividad**

05.09.06 Balance del año turístico en Andalucía.

### **Tipo de actividad**

Actividad estadística

### **Clasificación de la actividad**

- En función de su etapa de desarrollo: proyecto.
- En función de su objeto: actividad de difusión.

### **Área temática**

05. Actividad económica y tejido empresarial.

### **Subárea temática**

09. Turismo y hostelería

### **Sectores económicos u otros sectores cubiertos por la actividad**

-

### **Organismo responsable**

Consejería competente

### **Unidad ejecutora**

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.

### **Organismos colaboradores y convenio**

## 1. INTRODUCCIÓN

### Área de estudio

Es una recopilación de información estadística publicada sobre el sector turístico en Andalucía. En concreto se hace un estudio estadístico sobre:

- El entorno económico del turismo en Andalucía: Se intentará convencer al lector de la importancia del turismo en la economía andaluza y sus perspectivas de futuro.
- Comportamientos del turismo en Andalucía: Se hará especial hincapié en la procedencia de los turistas.
- Segmentos del turismo en Andalucía: Se hará un análisis de la demanda en los principales segmentos turísticos andaluces (turismo de sol y playa, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo de negocios y reuniones y, turismo de golf).
- Visión general de la demanda hotelera: El sector de la hostelería nos proporciona un potente indicador del turismo ya que la mayoría de los visitantes, que eligen como destino Andalucía, optan por alojarse en hoteles o pensiones.
- La oferta turística en Andalucía.

### Marco conceptual: conceptos y definiciones

El análisis del turismo que esta operación estadística realiza, utiliza como instrumentos a otras actividades estadísticas:

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/turismo/index.htm>

Encuesta de Población Activa (EPA)

[http://www.ine.es/jaxi/menu.do?  
type=pcaxis&path=/t22/e308\\_mnu&file=inebase&N=&L=0](http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t22/e308_mnu&file=inebase&N=&L=0)

Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía. Marco input-output.2000.

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/mioan/index.htm>

Encuesta de Presupuestos Familiares.

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p458&file=inebase>

Censo de Población y Viviendas

[http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=  
%2Ft20%2Fe242&file=inebase&L](http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft20%2Fe242&file=inebase&L)

Estadística del Movimiento Turístico de los Españoles (FAMILITUR).

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>

Estadística del Movimiento Turístico en Fronteras (FRONTUR).

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>

Tráfico Aéreo: Información de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA).

<http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Home>

Registro Estadístico de Turismo de Andalucía.

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/opencms/estadisticas/estadisticas-oficiales-de-la-consejeria-de-turismo-comercio-y-deporte/index.html#rta>

Encuesta de Ocupación Hotelera

<http://www.ine.es/daco/daco42/ocuphotel/notaeoh.htm>

Es por eso, que el marco conceptual en el que se basa sería el conjunto de conceptos que se manejan en dichas actividades.

**Destacamos los siguientes conceptos:**

- Propensión a viajar: trata de establecer una medida de la importancia del turismo en los hábitos de la población a través de la relación entre la población residente y la emisión de turistas.
- Disposición de la población a un mayor gasto turístico: trata de medir en qué proporción varía el gasto turístico de un mercado respecto al crecimiento de su consumo privado. A través de este indicador se pretende conocer la importancia del turismo en la cesta de consumo de la demanda.
- Tipo de cambio real: esta variable representa el nivel general de precios en Andalucía respecto a un país emisor, teniendo en cuenta el tipo de cambio.
- Componente dinámica: establece la relación entre la variación del total de salidas de un mercado y el total de llegadas a Andalucía.
- Componente estructural: este indicador pretende conocer si la estructura del turismo según país emisor en Andalucía es similar a la que presenta en el total mundial. Si así fuera, implicaría que existe una mayor dependencia de los países con mayor número de salidas al extranjero.
- Segmentación: variable que muestra la diversificación de la demanda según motivaciones. A mayor diversificación mejor mercado ya que se evita la dependencia de un destino a una tipología de turista, ayudando además a reducir la estacionalidad que tradicionalmente afecta a este sector.
- Dependencia de intermediarios: una mayor dependencia de intermediarios implica una menor repercusión económica en el destino. Asimismo determinadas decisiones de estas organizaciones estarán basadas, como cualquier empresa privada, en el margen de beneficio, y no en el bien del destino.
- Estacionalidad: el objetivo de un destino es lograr una demanda distribuida a lo largo del año que evite

saturaciones en determinadas épocas, principalmente en la temporada veraniega.

- Gasto medio diario, variable que establece la rentabilidad del turista en destino.
- Satisfacción de la demanda: medida a través de la calificación media que los mercados ofrecen a Andalucía.
- Índice compuesto de Fisher: para construir estos índices, se calculan los índices simples del número de plazas, del número de establecimientos y de la capacidad, definida esta última como la relación entre plazas y establecimientos. A partir de estos índices simples se han elaborado los correspondientes índices compuestos de Laspeyres y de Paasche, utilizando las ponderaciones adecuadas. Ninguno de estos dos índices cumple con la propiedad: Índice de plazas = Índice del número de establecimientos por Índice de capacidad. A fin de trabajar con un índice que cumpla exactamente con esta relación se ha obtenido, en cada caso, el índice compuesto de Fisher, definido como la media geométrica de los correspondientes índices de Laspeyres y de Paasche.
- Mercados emergentes: zonas emergentes que suponen una fuente de oportunidades y diversificación muy importante para cualquier destino turístico. Estos mercados emergentes suponen una paulatina redistribución de los flujos turísticos en el ámbito mundial.

### **Antecedentes: en el tiempo / en otros ámbitos**

El Balance del Año Turístico de Andalucía es una publicación anual elaborada por el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía que supone la recopilación y análisis exhaustivo de los datos más relevantes para el sector turístico andaluz a lo largo del año, con el objeto de ofrecer una visión detallada del comportamiento del turismo de la Comunidad.

Este informe viene realizándose desde el año 1996, evolucionando desde entonces tanto en formato como en contenido. Cada capítulo contiene no sólo las cifras anuales de las variables objeto de estudio, sino también en la mayoría de los casos, una visión global de su evolución respecto a años anteriores (siempre que la representatividad o la relevancia de los datos así lo permitan)

Respecto al desarrollo de actividades similares en otros ámbitos territoriales, aunque no se los puede considerar iguales o equivalentes, se puede citar a nivel regional el Boletín trimestral de Turismo de la Consejería competente. Instituto de Promoción Turística del Gobierno de Castilla la Mancha.

### **Justificación y utilidad**

El Balance del Año Turístico de Andalucía constituye una herramienta de análisis que proporciona información detallada y concreta de la actividad turística en el destino andaluz, y colabora en la creación de un marco contextual donde la investigación y el desarrollo son variables esenciales de la planificación estratégica del turismo.

La recopilación anual de las principales variables hace posible el análisis que nos facilita una visión más amplia de la realidad turística de Andalucía a lo largo del tiempo.

En este sentido, da cumplimiento a los siguientes objetivos generales del Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía 2013-2017:

- Producir y difundir los datos estadísticos y cartográficos como información útil y reutilizable para la toma de decisiones participativas por la sociedad andaluza.

## **2. OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Avanzar en el conocimiento sobre la actividad productiva y la realidad económica, localización de las instalaciones e infraestructuras en el sector del turismo y la hostelería.

### **Objetivos específicos**

Ofrecer una visión detallada del comportamiento del turismo en la Comunidad Andaluza, analizando las principales variables tanto de oferta como de demanda, así como una valoración económica del sector turístico en Andalucía.

### **Ejes transversales**

- **Cohesión:** la actividad es pertinente al eje de cohesión porque estudia variables que contribuyen a corregir desigualdades económicas, sociales o territoriales.
- **Sostenibilidad:** para esta actividad no es aplicable el eje transversal de sostenibilidad.
- **Innovación:** para esta actividad no es aplicable el eje transversal de innovación.
- **Género:** esta actividad es pertinente al eje transversal de género ya que estudia variables relativas a personas.
- **Evaluación de la eficacia de las políticas públicas:** la actividad es pertinente a este eje en cuanto produce información de calidad requerida para la ejecución y el seguimiento de políticas europeas, nacionales y autonómicas en el ámbito de competencia de la Junta de Andalucía. En concreto, contribuye a la planificación en materia de turismo.



### 3. METODOLOGÍA

#### Ámbito de estudio

Población objeto de estudio: Sector turístico en Andalucía

Unidad investigada: Resultados estadísticos obtenidos a partir de distintas fuentes y organismos productores de estadísticas sobre el sector turístico en Andalucía.

Periodicidad en la recogida: La información se recoge una vez al año, no obstante, dependiendo de la fuente de información utilizada, la información puede ser mensual, trimestral o anual.

Desagregación territorial máxima alcanzada: Provincial.

#### Variables

Las principales variables que nos podemos encontrar en relación con la Oferta y Demanda de Turismo son:

- Provincias: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla.
- Situación laboral: Trabajo remunerado, en paro, estudiante, jubilado, labores de hogar y otras.
- Profesión: Dirección de las empresas y de la Administración Pública, técnicos y profesionales científicos e intelectuales, técnicos y profesionales de apoyo (FP), otros empleos de tipo administrativo, trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y vendedores de Comercio, trabajadores cualificados en agricultura y pesca, artesanos y trabajadores cualificados industria, manufactura, construcción y minería, operadores de instalaciones y maquinaria, montadores, trabajadores no cualificados, fuerzas armadas.
- Edad: Menos de 18, 18-29, 30-44, 45-65, más de 65.
- Tipo de transporte: Autocar, tren, avión, coche particular, coche de alquiler, taxi, otros.
- Organización del viaje: Particular, asociación, club o empresa y agencias de viaje.



Junta de Andalucía

- Tipo de alojamiento: Hoteles, apartamentos (amigos o familiares, propiedad,alquilado), camping, albergues, casas rurales o similar.
- Gasto turístico: Transporte, alojamiento, compras alimenticias, compras noalimenticias, visitas organizadas, ocio, otros, alquiler coches, restauración.
- Relación calidad/precio. Valoración.
- Elección de Andalucía: Precios, clima, playa, visita a monumentos, turistas de naturaleza y rural, visitas a familiares y amigos, gastronomía, calidad de vida/hospitalidad, otros.
- Aeropuertos andaluces: Málaga, Sevilla, Jerez, Almería, Granada - Jaén.
- Compañía aérea: Iberia, Air Europa, Air Nostrum, Spanair, Air Berlín, Vueling Airlines, S.A., Transavia, TuiFly GMBH, Condor Flugdienst, Monarch Airlines, Norwegian Air Shuttle, Deutsche Lufthansa, Ryanair, Easyjet Airlines, Flyniki, Cimber Air, Alitalia
- Mercados emergentes
- Ramas de actividad de la Industria turística: restauración, transporte, hoteles y alojamientos, otras actividades turísticas.
- Ramas de actividad: agricultura y pesca, industria, construcción, turismo y resto de servicios.
- Principal motivo de excursión: Negocios, trabajo, estudios, asistencia a ferias,congresos, convenciones, ocio, visita a familiares y amigos, compras, gastronomía, salud, otros motivos.
- Motivo por el que piensa volver a Andalucía: Turismo cultural, Turismo de Naturaleza o rural, Turismo de Sol y Playa, Turismo gastronómico, Trabajo o negocios, Visita a familiares y amigos, Deporte, otros.
- Categorías de los hoteles: 1 estrella, 2 estrellas, 3 estrellas, 4 estrellas y 5 estrellas y pensiones.

- Categoría apartamentos: 1 llave, 2 llaves, 3 llaves y 4 llaves.
- Categoría camping
- Costas Andalucía: Costa de Almería, Costa de la Luz de Cádiz, Costa de la Luz de Huelva, Costa del Sol y Costa Tropical.
- Sexo: Hombre, mujer.
- Edad: Menores de 16 años, De 16 a 17 años, De 18 a 29 años, De 30 a 44 años, De 45 a 64 años, Más de 65 años
- Situación laboral: Trabajo (por cuenta ajena o propia), En paro, Estudiante, Retirado/Jubilado, Labores del hogar, Otras
- Conceptos del evento: Organización, recinto, campo de golf, infraestructura e instalaciones, servicios prestados en el circuito (campo), entorno y accesos.

Se incluirán variables cuantitativas y cualitativas que sean capaces de medir la realidad turística de Andalucía:

- Variables económicas: Precios, tasa de crecimiento económico, efectos del turismo sobre la producción y el empleo.
- Variables de comportamiento turístico: Numero de turistas por país de procedencia, por trimestre de llegada, por provincia de destino y por edad; tipo de transporte utilizado; estancia media por trimestre; perfil sociodemográfico; tipo de alojamiento; gasto medio diario y variables de carácter cualitativo como la calificación de los tipos de transportes.
- Variables de los segmentos turísticos: Perfil sociodemográfico de los turistas, estancia media, tipo de alojamiento, tipo de transporte, calificaciones del viaje, visitas a museos y monumentos de Andalucía y por último, los impactos económicos de los eventos.

- Variables de los hoteles: Pernoctaciones por nacionalidad y Comunidad Autónoma, viajeros alojados en hoteles, estancia media, estacionalidad, grado de ocupación y personal ocupado.
- Variables de la oferta turística: Número de establecimientos y número de plazas que componen la oferta de alojamiento turístico en Andalucía.

### **Recogida de la información**

Se basa en una síntesis o recopilación de información estadística obtenida de las actividades estadísticas que hemos señalado en el marco conceptual y así como de otros organismos productores, estudiando las siguientes variables en cada una de ellas:

- Encuesta de coyuntura turística de Andalucía del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Se estudian: residencia; situación laboral; profesión; sexo; motivo del viaje; pernoctaciones y días de estancia; tipo de alojamiento; forma de reserva del viaje; gasto y grado de satisfacción del viaje.

- Contabilidad trimestral de Andalucía del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Se estudian: viajeros en establecimientos hoteleros; pernoctaciones en establecimientos hoteleros y gasto medio diario por turista.

- Encuesta de ocupación hotelera del Instituto Nacional de Estadística

Se estudian: plazas; entrada de viajeros; pernoctaciones; grado de ocupación por plazas y por habitaciones; zona turística; punto turístico; expectativa; país de residencia; Comunidad Autónoma de residencia.

- Registro Estadístico de turismo de Andalucía de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía Consejería competente:

De esta fuente se obtiene: número de establecimientos de alojamiento turístico en Andalucía y número de plazas ofertadas. La desagregación de la información se hace por provincia y por categoría de establecimiento.

- Encuesta sobre el uso de las TIC y comercio electrónico de las empresas del Instituto Nacional de Estadística:

A través de los datos ofrecidos por esta encuesta, podemos analizar el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones, así como el uso del comercio electrónico en los establecimientos hoteleros andaluces.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) y Oficina Europea de Estadística (Eurostat) de la Comisión Europea:

Se utiliza esta fuente para datos globales sobre cada mercado (OMT) y para el estudio de la vulnerabilidad de los Emisores Europeos ante la crisis Económica Mundial (OMT y EUROSTAT)

- OCDE / FMI:

Estas fuentes se utilizan para datos económicos y de población.

- Turismo de eventos:

La información ofrecida por esta actividad estadística realizada por la Consejería competente nos indica la repercusión en el turismo de los principales eventos deportivos celebrados en la Comunidad Autónoma Andaluza.

- Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA):

Las llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces, así como el tipo de compañía utilizada, son indicadores importantes en el análisis del turismo en Andalucía.

- Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadística:

El estudio del empleo turístico tiene como objetivo establecer un sistema de información estadística que

permita el análisis y seguimiento a través de indicadores del mercado laboral en las principales actividades económicas relacionadas con el sector turístico y su contribución al mercado laboral andaluz.

### **Variables de estudio recogidas en el Balance**

- Variables de la fuente “Turismo de eventos”: Número de turistas, residencia, perfil del turista, estancia media, gasto, tipo de alojamiento, organización del viaje, motivo de la visita al evento, perfil sociodemográfico, calificación de su estancia y del evento, etc.
- Variables económicas: Precios, tasa de crecimiento económico, efectos del turismo sobre la producción y el empleo.
- Variables de los hoteles: Pernoctaciones por nacionalidad y Comunidad Autónoma, viajeros alojados en hoteles, estancia media, estacionalidad, grado de ocupación y personal ocupado.
- Variables de la oferta turística: Establecimientos de alojamiento turístico en Andalucía y plazas ofertadas en los distintos establecimientos (alojamiento)
- Variables del movimiento aeroportuario: Pasajeros y vuelos en los aeropuertos andaluces por procedencia y por tipología de vuelo (tradicional o de bajo coste).
- Variables del empleo turístico: Activos, ocupados, rama de actividad, perfil sociodemográfico (sexo, edad, nivel educativo, zona de residencia, nacionalidad), situación profesional, tipo de contrato y tipo de jornada.
- Variables de vulnerabilidad: Indicadores turísticos (Propensión a viajar y Disposición al gasto turístico), Indicadores económicos (PIB real. y Tasa de desempleo), Indicadores sociológicos (Indicador de Clima Económico (ESI) y Componentes estáticas (actitud del turista frente a la crisis). Otras variables son accesibilidad física y posicionamiento e imagen de Andalucía.

No obstante, el contenido del balance podrá verse modificado en función de la disponibilidad de

información que proviene de otras fuentes.

Los sujetos informantes de esta actividad estadística son los diversos organismos productores de estadísticas que se utilizan para la generación del “Balance del Año Turístico en Andalucía”, entre los que destacan la Consejería competente, la Empresa Pública de Turismo Andaluz, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, INE y AENA.

### **Restricciones y alternativas**

Una de las principales restricciones que pueden encontrarse a la hora de elaborar el balance, es que algunos de los capítulos que vienen publicándose con asiduidad, se nutran de alguna fuente que todavía no tenga el dato (ya que en el año en curso se publica el balance del año anterior), o que se haya realizado un cambio metodológico, etc.

No obstante, todas las fuentes han proporcionado los datos necesarios para el cálculo de las variables integrantes del balance anual.

#### **4. PLAN DE ANÁLISIS, TABULACIÓN Y COMPILACIÓN Preparación y**

##### **tratamiento base de la información**

La preparación y el tratamiento base de la información contenida en la Balance del Año Turístico se realiza mediante la compilación de los diferentes estudios que lo componen. Cada uno de ellos, seguirá su propia metodología de trabajo, según la naturaleza de la operación.

##### **Sistemas de codificación y nomenclaturas utilizados**

El empleado en todas y cada una de las partes que conforman el Balance del Año Turístico de Andalucía.

##### **Criterios y variables de clasificación:**

Son los que se utilizan en las actividades de las que se recopila la información y no existe nada específico para el desarrollo de esta actividad.

##### **Análisis realizado y metodología**

Dado el carácter recopilatorio que tiene el Balance del Año Turístico de Andalucía, el **análisis** se realiza a través de una explotación exhaustiva de diferentes bases de datos proporcionada por las empresas adjudicatarias una vez revisadas y correctamente validadas. De esta forma se obtienen las distintas variables objeto de estudio, que componen los diferentes capítulos del balance.

Las bases de datos se reciben en diferentes formatos y mediante un conjunto de consultas elaboradas según la naturaleza de la operación, se obtienen unos resultados, que son sometidos a un análisis técnico, destacando los aspectos más relevantes de las variables objeto de estudio y de su evolución a lo largo del tiempo.

##### **Control de calidad**

En el balance del Año Turístico de Andalucía, el control de calidad se realiza de manera individual en todas y cada una de las operaciones de las que este balance se nutre. Estas medidas de calidad, quedan recogidas en cada uno de los proyectos técnicos correspondientes a estas operaciones estadísticas.



### **Normas para garantizar el secreto estadístico**

La garantía de cumplimiento del secreto estadístico en el Balance del Año Turístico de Andalucía, queda establecida de manera individual y exhaustiva en todos y cada uno de los proyectos que lo conforman, así al ser una actividad de síntesis, la garantía del secreto estadístico viene heredada de las actividades de las que se recopila la información.

### **Normas y estándares de aplicación**

Las normas y estándares de aplicación serán individuales y propias de cada una de las operaciones que componen el balance.

### **Posibles resultados (plan de tabulación, mapas, fotos, servicios, datos espaciales u otros que se esperan obtener)**

La **tabulación** que sigue a continuación es referente a la que normalmente se publica en el Balance. No obstante, como ya se ha comentado anteriormente, el contenido del Balance puede variar anualmente, dependiendo de la disponibilidad o el aprovechamiento de otras fuentes.

Tabulación:

En el Balance tenemos varios apartados: tomando como ejemplo el Balance Anual de 2012

- Entorno Económico y Turístico:

Economía del turismo en Andalucía Economía

Internacional

Turismo Internacional

- Empleo en el Sector Turístico

Población ocupada de la Industria Turística de Andalucía Ramas de Actividad de la Industria Turística de

Andalucía

Características personales de los ocupados

Tipo de jornada de trabajo Situación profesional

Tipo de contrato o relación laboral de los asalariados

• Oferta de alojamiento turístico en Andalucía

La oferta de alojamiento turístico de Andalucía en el contexto nacional

La oferta turística andaluza. Evolución

La oferta turística andaluza. Año 2012

- Hoteles
- Apartamentos
- Pensiones y Hostales
- Campamentos turísticos
- Casa rurales

La oferta turística andaluza. Análisis territorial

- Hoteles
- Pensiones y hostales
- Apartamentos
- Campings
- Casas rurales



**Junta de Andalucía**

• Demanda turística en Andalucía

- Número de turistas y procedencia
- Distribución de los flujos turísticos: la estacionalidad de la demanda
- Gasto turístico y estancia media
- Transporte
- Alojamiento
- Perfil sociodemográfico
- Organización del viaje y motivación

Tabla resumen comportamiento del turismo en Andalucía

- Evolución del mercado español y extranjero
- España
- Andalucía
- Resto de España
- Reino Unido
- Alemania

• Demanda de excursionismo en Andalucía

Cuantificación de la demanda excursionista andaluza en Andalucía

Análisis de la estacionalidad del excursionismo andaluz en Andalucía

Origen y destino de las excursiones realizadas por los andaluces

Perfil del excursionista andaluz

El gasto realizado por el excursionista andaluz

Principales conclusiones de la demanda excursionista de Andalucía. Año 2012.

- Satisfacción turística en Andalucía

Proceso de reserva

Entorno social

Infraestructura del transporte

Entorno natural y paisajístico

Oferta gastronómica

Alojamiento

Otros servicios turísticos

- Análisis territorial de la demanda turística en Andalucía Litoral-Interior
- Internet y Turismo
- Movimiento hotelero en Andalucía
- Movimiento aeroportuario en Andalucía
- Repercusión turística de la celebración del Gran Premio de Motociclismo de Jerez

**Niveles de desagregación territorial alcanzados**

Municipal

**Unidades de medida utilizadas**

Son los que se utilizan en las actividades de las que se recopila la información: número, porcentaje,



euros...etc.

**Indicadores que se van a construir**

Aquellos especificados en cada una de las partes que componen el balance.

## **5. PLAN DE DIFUSIÓN**

### **Denominación de la publicación**

Balance del año turístico en Andalucía

### **Organismo difusor**

Consejería competente.

**Tipo de producto de difusión (microdatos, datos espaciales, tablas, gráficos, mapas, fotos, bases de datos, directorios, servicios -WMS para aplicaciones,...-, informes, otros):**

Informe

### **Medio de difusión (Internet, CD-DVD, publicación impresa)**

- Publicación impresa: Balance del Año Turístico en Andalucía.
- Internet:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/opencms/estadisticas/estadisticas-oficiales-de-la-consejeria-de-turismo-comercio-y-deporte/index.html#balance>

### **Periodicidad de la publicación**

Anual.

### **Periodicidad de difusión de resultados**

Anual.

### **Perfil de los receptores (descripción de los usuarios potenciales de los datos)**

Entes públicos y privados.

### **Disponibilidad de bases de datos**

Anual. Algunas bases de datos tienen carácter mensual o trimestral.

**Posibilidad de peticiones específicas a demanda o disponibilidad de microdatos**

Las tabulaciones a medida son posibles siempre y cuando se respete la representatividad deseada para las variables de estudio.



Junta de Andalucía

## 6. CRONOGRAMA

Durante el año n son recopilados los datos referentes al año n. Una vez que termina el año n, aunque se sigue recopilando información, se realiza el tratamiento de la información recogida el año anterior (n-1), realizando la difusión de la información referente a n-1 en el año n.

El Balance del Año Turístico en Andalucía se publica con periodicidad anual, aproximadamente en el mes de junio del año siguiente al de referencia.

Toda esta información se muestra en el siguiente cronograma:

Fase	Tarea	Ene/n	Feb/n	Mar/n	Abr/n	May/n	Jun/n	Jul/n	Ago/n	Sep/n	Oct/n	Nov/n	Dic/n
Recogida u obtención de información	Recopilación de información	Año n											
Tratamiento y procesamiento de datos	Tratamiento de datos	Año n-1											
Obtención y difusión de resultados	Publicación de resultados						Año n-1						