



**UNIVERSIDAD DE GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS
ÁREA DE CONOCIMIENTO: SOCIOLOGÍA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE DOCTORA**

**"Impactos socio-territoriales del Turismo.
Estudio de casos: Andalucía y Uruguay"**

DIRECTORA	DOCTORANDA
Dra. Margarita Latiesa Rodríguez	Verónica Filardo
	Enero, 2009
PROGRAMA: Análisis Sociopolítico de la Sociedad Contemporánea	

Editor: Editorial de la Universidad de Granada
Autor: María Véronica Filardo García
D.L.: GR. 1936-2009
ISBN: 978-84-692-1854-9



INDICE

INDICE	2
AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCIÓN	4
GLOBALIZACIÓN Y TURISMO	11
TENDENCIAS DEL TURISMO INTERNACIONAL	20
LA PRODUCCIÓN EN SOCIOLOGÍA DEL TURISMO	31
EL PAPEL DE LOS TERRITORIOS FRENTE AL TURISMO “GLOBAL”	49
PROBLEMA – OBJETIVOS – ESTRATEGIA	57
CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN	69
ANÁLISIS FASE I: MODELOS BI-DIMENSIONALES	79
ANÁLISIS FASE II: MODELOS TRIDIMENSIONALES	114
CONCLUSIONES	154
BIBLIOGRAFÍA	171
ANEXO I: URUGUAY	179
ANEXO II: ANDALUCÍA y SUS PROVINCIAS	218



AGRADECIMIENTOS

- A la RED ALFA y a sus integrantes.
- A la Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de la República.
- A la Universidad de Granada.
- A María Noel, por todo.
- A los Filardo, siempre.
- A l@s amig@s en Granada, especialmente a María Ángeles y Jesús, sin ellos no sería Granada.
- A l@s amig@s en Uruguay, y el reconocimiento a Mariana, Selva, Virginia, Sebastián, Mauricio y Alberto, por cosas distintas.
- A los doctores Alberto Riella y Francisco Entrena, incansables.
- Al Dr. Suaya, gran ciruja.
- A todo el GEUG por el trayecto y el afecto.
- Al Tribunal y a la Dra. Margarita Latiesa.



INTRODUCCIÓN

El turismo manifiesta una tendencia sostenida al crecimiento a nivel internacional desde hace varias décadas y se pronostica la continuidad al alza del mismo durante la próxima. Es objeto de estudio de diversas disciplinas y subdisciplinas, que lo han abordado desde diferentes perspectivas y desarrollado múltiples miradas. La práctica del turismo ha sido estudiada en las fases que pueden identificarse a lo largo de la historia y sus características; turismo de masas en la modernidad; turismo selectivo y diferenciado -tanto en destino como en actividades- en la postmodernidad. Se ha estudiado la evolución de la magnitud y flujos de los turistas internacionales y domésticos. Ha sido de interés los impactos que supone el fenómeno turístico en las sociedades receptoras en diferentes dimensiones (cultural, económica; social, medio-ambiental). La planificación del turismo y la gestión del mismo concitan cada vez mayor interés en el ámbito académico y político. Líneas de trabajo en estudios de la práctica turística desde la perspectiva de la subjetividad del turista vienen consolidando su producción a nivel internacional. Esta lista es apenas una muestra de la enorme producción que ha disparado la relevancia creciente del turismo como fenómeno social global.

Debe señalarse, sin embargo que la producción académica de este objeto no está igualmente distribuida a nivel internacional, manifestando una concentración notoria en los países desarrollados. Quizá antes que eso deba decirse que el turismo tampoco se distribuye homogéneamente en el mundo: de los 162 millones de arribos internacionales que se registran en el 2006, el 54,4% corresponden a Europa, y sólo el 4,8% a África; y del total de ingresos por concepto de turismo (733 billones de dólares) el 52,1% lo recibió Europa frente al 3,3% que recibió Africa.



Esta notoria desigualdad global de un fenómeno de expresión innegablemente global, sitúa por tanto la relevancia de indagar como opera el turismo en diferentes contextos. En ocasiones, los trabajos publicados sobre turismo, en particular los que trabajan en torno a los efectos y los impactos del turismo sobre las sociedades receptoras, tienden a tratar el turismo como si fuera un fenómeno homogéneo sin tener en cuenta las especificidades tanto en relación al perfil de los turistas, la magnitud y la distribución de su llegada en el tiempo, etc. Así mismo se habla de los territorios y las sociedades (sobre los que se miden los impactos) como si no hubiera diferencias sustantivas entre ellas.

La orientación del trabajo es dar cuenta de las diferencias tanto de los territorios, como de los turismoS y por tanto de la relación entre ambos. Se entiende que no hay una linealidad necesaria ni determinada, en la relación turismo-territorio, y se pretende en consecuencia, captar las diferencias que empíricamente se registran en dos casos concretos de estudio: las provincias de la Comunidad Autónoma de Andalucía (España) y las unidades turísticas de Uruguay (Sudamérica).

Se desprende de lo anterior y se reconoce el énfasis de carácter metodológico que transversaliza este trabajo. Gran parte del desafío de este estudio radicó en la obtención de la información requerida para cumplir con el objetivo planteado, y su procesamiento para llegar a una matriz de datos apta para el análisis que se proponía realizar. Este proceso se documenta en detalle por dos motivos: en primer lugar porque como observan King, Keane y Verba (2000) son las decisiones adoptadas a lo largo de todo el proceso de investigación las que determinan sus resultados, en segundo lugar porque la rigurosidad de esta documentación asegura su replicabilidad. La extensividad y detalle en los procesos de la aplicación de la técnica de Análisis Factorial (componentes principales) se orienta a aprovechar esta instancia para generar material didáctico y útil para la docencia.

A pesar de la simplicidad del estudio -que basa su propuesta en establecer los tipos de turismo y las condiciones del mercado de empleo, la migración y la desigualdad social de los territorios (dimensiones estas últimas sobre las que gran parte de los estudios en la temática sitúan los impactos del turismo) a lo largo de una serie temporal que permita a su vez determinar la evolución e inferir causalidad de ser posible- las dificultades encontradas



en la realización revelan quizá hallazgos aún más relevantes que las que derivan del propio análisis de los datos.

Para el caso de Uruguay la fragmentación de los sistemas de información estadística -situación que sin duda ha sido notoriamente mejorada en algunos sectores-, continúa siendo una debilidad para el caso del turismo. La información estadística que se produce en relación a este tema, no tiene ninguna posibilidad de ser vinculada a los territorios, dado el nivel de (des)agregación (único en el Sistema Estadístico Nacional) de los destinos. Esta situación revela el no-reconocimiento a la dimensión territorial del fenómeno turístico (más que en autoreferencia a la información del propio Ministerio de Turismo). Estudios que pretendan abordar los efectos territoriales del turismo a partir de información secundaria y oficial, son literalmente imposibles por esta razón. Lo cual no es un dato menor porque muestra el orden de las “preocupaciones” nacionales sobre la temática.

El tipo y carácter de los datos secundarios y sistemáticos producidos por fuentes oficiales sobre el turismo con que cuenta Uruguay y la incapacidad intrínseca de vincularlos con otras dimensiones desde lo territorial, son argumentos contundentes para explicar la ausencia de estudios e investigaciones sobre la temática, desde diferentes disciplinas, excepto que se cuente con capacidad y recursos suficientes para generar datos primarios sobre todas las dimensiones a nivel local¹.

Por otra parte, el turismo es uno de los sectores de mayor dinamismo del Uruguay y se encuentra presente en los discursos políticos tanto nacionales como locales. Justamente el punto es que al no disponer de estudios y resultados rigurosos de sus impactos en otros planos, los discursos tienden a generalidades y a premisas no contrastadas, a lugares comunes que refieren a lo sumo a otros territorios y remiten a otras situaciones.

¹ Dado que los destinos considerados son tanto centros poblados (balnearios) tales como Pirlápolis o Punta del Este, como zonas que consideran más de un departamento, como Litoral Termal. En el primero de los casos (centros poblados) no hay información sobre otras dimensiones (como de las que se pretende dar cuenta en este estudio) a partir de otras fuentes de información. La mínima unidad territorial estadísticamente representativa es departamentos del interior para la Encuesta Continua de Hogares. Esta fuente de información llevada adelante por el Instituto Nacional de Estadística es la única –altamente confiable– que levanta información de hogares y personas desde hace más de tres décadas sobre todas las variables relevantes y como se desprende de los anterior no es compatible con la información que provee el Ministerio de Turismo a partir de la Encuesta de turismo receptivo, en las unidades territoriales.



En el trabajo que se presenta, ha intentado sortear el problema para Uruguay agrupando las unidades territoriales consideradas (los destinos turísticos) en departamentos o grupos de departamentos para poder referir a unidades territoriales las dimensiones socio-económicas. Esta estrategia, como todas, supone pros y contras. Como positivo y en primer lugar permite “hacer lo posible”, y como negativo, oculta las diferencias eventualmente existentes al interior de los territorios departamentales. Este último punto es insalvable en cualquier investigación que trabaje con datos secundarios, dado que aún considerando las mínimas unidades territoriales a las que remita un sistema de información estadística, éstas podrían teóricamente subdividirse en otras más pequeñas. Puede argumentarse que en el caso de Andalucía la opción del trabajo por provincias impide ver las diferencias a su interior, y que hubiera sido posible considerar los municipios y llegado el caso unidades territoriales menores al interior de los municipios, y así al infinito.

Dado que el estudio pretende trabajar con dos casos: Andalucía y Uruguay, tomar provincias y departamentos como unidades territoriales se considera razonable dado que supone una cierta equivalencia con el sistema de administración territorial local, y es en ese ámbito en que se ubica primordialmente la gestión territorial del turismo. Este trabajo supone un avance en el tema dadas las dificultades actuales, referidas básicamente a Uruguay, y nada impide que en un futuro no lejano sea posible continuar trabajando en este sentido en unidades territoriales menores².

Los resultados, aún con las limitaciones señaladas, habilitan a la continuidad en esta línea de trabajo. Se aprecian diferencias entre las unidades territoriales en las relaciones que se establecen entre diversas dimensiones y el turismo así como la debilidad de pensar dichas relaciones de forma determinística. Es por tanto esperable el incremento de la

² Dentro de los denominados estudios territoriales pueden identificarse diferentes perspectivas. En grandes líneas pueden ser clasificadas en la perspectiva del habitante o la perspectiva administrativa (Filardo et al 2005). La primera aborda las socio-lógicas del habitar (Aguar, 2008) con los sentidos, significaciones y prácticas de los habitantes en el territorio, constituyendo la identidad territorial uno de los conceptos clave. En la perspectiva administrativa los territorios se consideran definidos a partir del criterio burocrático-político, que es el que rige predominantemente en la gestión del territorio desde la institucionalidad y a partir del cual se definen políticas y normativas. En este sentido, las unidades territoriales definidas por los sistemas estadísticos de información, siguen la lógica administrativa en la referencia territorial y los estudios basados en datos secundarios asumen en consecuencia esta perspectiva. Dejar esto explícito se considera pertinente según el criterio de vigilancia epistemológica de Pierre Bourdieu (1993) en que la aplicación de una técnica de investigación o de análisis, así como la utilización de los datos (construidos desde alguna perspectiva) se convierte en “teoría en actos” de no hacer explícitos sus supuestos.



eficiencia en la gestión si se toman en cuenta las especificidades locales que el turismo adquiere.

Estudios sobre la temática del turismo posibilitarán a su vez, por más parciales y reducidas que sean sus contribuciones, a conformar una masa crítica en el país no sólo de investigadores sino de producción e interés en el área que incrementen las posibilidades para la implementación de la cuenta satélite del turismo en el Uruguay.

La estructura del texto se apoya en cuatro pilares: lo conceptual y los antecedentes, desarrollado en los cuatro primeros capítulos (Globalización y turismo, Tendencias del turismo internacional, La producción en sociología del turismo y El papel de los territorios frente al turismo global) pretendiendo, no sólo construir el “objeto” de la investigación sino situarla en los debates teóricos con los que se propone el diálogo. El segundo pilar remite a lo técnico-metodológico, que se presenta en los capítulos Contexto de la investigación y Problema- Objetivos-Estrategia; lo analítico, desarrollado en los capítulos Análisis Fase I: modelos bi-dimensionales y Análisis Fase II: modelos tri-dimensionales y las conclusiones.

En el primer capítulo correspondiente al primer pilar (Globalización y turismo) se coloca el tema de la desigualdad regional en los procesos de globalización sistematizando posiciones teóricas diversas sobre “lo global de la globalización”. Se presentan definiciones del turismo como un fenómeno que se inscribe dentro de esta lógica (global y desigual).

En el capítulo Tendencias del turismo internacional, a partir de información proveniente de la Organización Internacional del Turismo se documenta el crecimiento explosivo del turismo en términos globales a partir de la evolución del número de turistas internacionales así como la proyección de una tendencia sostenida para la próxima década en este sentido. Se enfatiza en la desigual distribución mundial tanto de la emisión de turistas internacionales como de la recepción de los mismos y de los ingresos percibidos por turismo, mostrando la concentración de los flujos turísticos en las regiones desarrolladas del planeta.

El capítulo La producción en sociología del turismo establece una clasificación de los principales ejes abordados desde la disciplina para tratar académicamente el fenómeno, sin que ninguno de ellos excluya a otros en estudios concretos. La desigualdad regional



detectada en los flujos del turismo se percibe también en los estudios académicos de esta subdisciplina. Por ello se plantea como interrogante si es posible partir de premisas generales sobre el turismo en diferentes tipos de países y regiones (de mayor o menor grado de desarrollo). Mostrando documentadamente las disparidades existentes entre países y continentes (o grandes regiones) en indicadores macro (económicos y sociales) se discute la validez de conceptualizar el turismo como un “derecho” a nivel global.

Culminando este conjunto, el capítulo El papel de los territorios frente al turismo global da cuenta de la conexión micro-macro y las diferentes escalas que se requieren para el análisis de procesos globales –en particular para el fenómeno turístico- recalando en la “territorial”. Remitiendo a las diferencias inherentes tanto a los diferentes territorios, como al tipo y magnitud del turismo que éstos reciben, se propone el estudio particularizado y concreto de la relación turismo-territorio. Como recurso semántico se apela a denominación de “turismos” y “territorios” para hacer evidente la diversidad presente en ambos y de la necesidad de especificar dicha relación para la gestión territorial (y en particular la que se ocupa del turismo).

El segundo pilar de la estructura, referido a lo metodológico, está conformado por dos capítulos. En el primero se ubican los objetivos, la formulación del problema de la investigación, las hipótesis, la discusión técnico-metodológica, especificando el diseño, las técnicas de análisis de la información y consideraciones sobre las dimensiones a considerar (Objetivos-problema-estrategia). En el siguiente - El contexto de la investigación-, se relata la inscripción de esta tesis en el Programa de la RED IDTIR ALFA II Red Universitaria de Desarrollo Territorial e Integración Regional, gracias a la cual se obtuvo una beca para la realización del doctorado; y se fundamenta la selección y el ajuste del tema desarrollado a los propósitos de la RED. Como “contexto” se hace breve referencia a las fuentes de información utilizadas para los diferentes casos con que se trabaja (Andalucía y Uruguay).

El tercer bloque remite a lo analítico propiamente dicho. Tal y como está definido en la estrategia, el análisis procede en dos fases, constituyendo cada una modelos que



involucran diferentes dimensiones de los territorios. Se presentan dos capítulos, describiendo los procedimientos realizados y los resultados obtenidos en cada fase.

Finalmente en las conclusiones, a la luz tanto del propio proceso de la investigación como de los resultados obtenidos del análisis, se retoman los elementos tanto conceptuales como metodológicos planteados en los capítulos precedentes. Pueden entonces distinguirse dos niveles, uno remitiendo a lo empírico de los casos analizados (Andalucía y Uruguay) con la interpretación derivada de los resultados extraídos del análisis. Se muestra entonces los tipos de turismo diferenciales y las distintas dinámicas turísticas detectadas tanto entre las unidades territoriales de Uruguay como de Andalucía; y las variables relativas al mercado de trabajo, migración y desigualdad social que caracterizan las unidades territoriales. Lo sustantivo opera en la relación que se establece entre las variables que indican acerca de la dimensión turística y las otras dimensiones territoriales consideradas.³ A partir de ello se conglomeran o agrupan las unidades territoriales, permitiendo distinguir las similitudes y diferencias en cada caso. El segundo nivel de las conclusiones remite a una discusión más general sobre este tipo de estudios y metodologías y su contribución específica para el diseño de políticas de gestión del turismo así como los requerimientos de información y análisis considerando la perspectiva territorial.

Los dos anexos (*1. Andalucía y sus provincias; 2. Uruguay*) proveen la descripción de las unidades territoriales de todas las dimensiones que se consideran en la tesis (dinámica y estructura del mercado de trabajo, dinámica y características del turismo receptivo, migración, desigualdad social y pobreza).

³ Refiere a la ortogonalidad de los componentes extraídos, que muestra para el caso de Uruguay la independencia de: a) el tipo de turismo (sol y playa), b) la dinámica del turismo y c) la desigualdad social y la pobreza. No se encuentran evidencias por lo tanto para sostener que el fenómeno turístico afecte la desigualdad social en Uruguay. Se muestra que la dinámica turística afecta la estructura del mercado de empleo pero no necesariamente su dinámica. Ambos resultados del análisis empírico para el caso de Uruguay abren el diálogo teórico (sobre el tipo de enunciados generalistas de los impactos del turismo -en singular-) y metodológico. Para el caso de Andalucía los resultados arrojan tres componentes ortogonales: a) tipo de turismo (alto consumo); b) dinámica y oferta turística c) dinámica migratoria y de empleo. Se muestra entonces que la tasa de empleo y de actividad si bien muy asociada a la inmigración en las provincias, es relativamente independiente del turismo (en magnitud y tipo) en el periodo considerado, que se coloca en una arena de discusión conceptual. En este nivel también se concluye acerca de las similitudes y diferencias de la ubicación de las provincias andaluzas y los destinos turísticos uruguayos en función de las puntuaciones en cada componente que se traduce en identificación de conglomerados o clasificación tipológica.



GLOBALIZACIÓN Y TURISMO

“El crecimiento de la riqueza en el mundo es de tal magnitud que ha transformado enteramente la situación. Considere el turismo y los viajes. El 1997 el número de noches pasadas fuera de casa en un país extranjero ha sido de 630 millones. En términos estadísticos significa una noche por cada nueve seres humanos. Nosotros aún no nos damos perfecta cuenta de hasta que punto la posibilidad de moverse a través del planeta puede cambiar el mundo. Antes de la última guerra, el número de norteamericanos que viajaba a América Central (México, el Caribe) no fue nunca superior a los 150.000 en un año. Menos de los que visitan hoy Disneylandia en un solo día. La capacidad de la economía mundial de producir mucho más, aunque con una distribución muy desigual, ha transformado el mercado de los consumidores, antes que en ninguna parte en Estados Unidos, luego en Australia, después en Europa, pero también y cada vez más en cualquier lugar del mundo. No debemos olvidar jamás que a fines del siglo XX, a pesar de las extraordinarias catástrofes que han caracterizado el siglo, la mayoría de los pueblos está mejor, sea cual sea la unidad de medida que se use”. (Hobsbawn, 2000)

El turismo de masas se ha asociado a la sociedad moderna (Fernández Fuster, 1991) y se ha pretendido dar cuenta de él a través del incremento histórico registrado del ingreso per cápita y del tiempo libre del que disponen hombres y mujeres, ambos elementos que propician el viaje. Es así que se asocia el turismo al ocio y al consumo.

“el turismo representa más que el hecho histórico del desplazamiento o emigración, hay que reconocerlo como un fenómeno moderno unido directamente a los mecanismos de la sociedad de consumo, amparado por una fuerte intermediación y una temporalidad individualmente limitada, todo lo cual favorece el anonimato, la conformidad y la ausencia de responsabilidad de sus practicantes” (Santana Clavera, 1994:11)



El proceso de globalización imprime mutaciones y reconfiguraciones en el turismo, y se introduce de forma obligada en el análisis del fenómeno. Se articula con la discusión de la dualidad global- local, como dos caras de una misma moneda, lo cual conduce como consecuencia a un cambio de la unidad de análisis. Si en la segunda mitad del siglo XX los países, los Estados nacionales constituían la unidad básica a partir de la cual se estructuraban los planteos, se asiste hoy a la necesidad de un cambio epistemológico que de cuenta de lo “global” (Ianni, 1993) (Bayardo y Lacarrieu, 1999). La necesidad de reconocer la obsolescencia de la idea basada en la omnipotencia del Estado como unidad explicativa de los procesos históricos, se traslada a su vez al plano de la planificación.

El marco en que se desenvuelve el fenómeno turístico, está dado por la globalización que sin ser un fenómeno nuevo, adquiere en las últimas décadas una intensificación tal de su carácter y un impacto de tales magnitudes sobre una diversidad de aspectos y dimensiones, que sí le dan características inéditas en la historia, asignándole un nuevo significado. Al decir de Ianni, suponen una re-estructuración cuasi total (Ianni, 1992:51)

Es posible ubicar los procesos de globalización en el marco de la discusión modernidad post-modernidad. En grandes líneas pueden ubicarse tres tendencias teóricas entre los autores contemporáneos acerca del rumbo, quiebre o ruptura de los procesos de modernización en la sociedad contemporánea: en primer lugar quienes consideran que se produce un quiebre en los procesos de modernización cuyo resultado es una nueva configuración social *post-moderna*, en segundo lugar quienes postulan que lo que se modifica es el discurso público dominante, produciéndose un giro básicamente cultural (postmodernismo cultural), y en tercer lugar quienes afirman que el proyecto moderno pervive actualmente, en una fase de radicalización reflexiva⁴. (Rodríguez Ibáñez, 1999:138).

⁴ En esta corriente es posible ubicar a Francisco Entrena quien interpreta la posición posmoderna como producto de una imagen unidimensional de la modernidad sosteniendo: “En mi opinión, la expresión “posmodernidad” es un concepto equivocado por diversas razones. Una de ellas es que dicha expresión, análogamente a otras que recurren a términos “más allá” o “pos” aluden a lo que sucede por negación, con lo cual no expresan el análisis de lo que ocurre sino de lo que no ocurre, Además, si bien es cierto que en las últimas décadas del siglo XX la modernidad ha llegado a esa situación especialmente crítica descrita por los postmodernos, el vocablo posmodernidad da la idea de una repentina y radical discontinuidad entre ésta y la modernidad que contradice el elemental conocimiento de que la historia humana no camina a saltos, sino de manera procesual. En realidad la crisis o conciencia crítica con respecto a la modernidad viene de bastante



Los procesos de globalización, reconocidos en las tres posiciones anteriores como característica fundamental de los rasgos actuales de la sociedad contemporánea, se interpretan: en el primer caso como catalizador de modificaciones que resultan en configuraciones sociales completamente nuevas, o bien modifican sustantivamente el discurso cultural, sin afectar completamente las estructuras básicas, en el último caso como profundización de la modernización.

Las críticas a la visión postmoderna de la sociedad como ruptura, aluden a la *“imagen unidimensional de la modernidad de los posmodernos”* (Entrena, 2001), sosteniendo que los nuevos elementos que señalan los postmodernos como constitutivos de este nuevo orden que postulan (privacidad e individualismo) pertenecen casi esencialmente no sólo a las sociedades modernas sino incluso al ideal moderno (como discurso), pues derivan del *“liberalismo clásico y la libertad de conciencia y elección”* (Entrena, 2001: 236) (Rodríguez Ibáñez, 1999). Asimismo se encuentran críticas que más que a la posición postmoderna, se estructuran en torno a sus derivados: tal es el caso de cuando se cuestiona toda la propuesta teórica simplemente por el desacuerdo con *“el fin de la historia”*⁵. No obstante, las severas críticas realizadas a los planteos postmodernos, algunos de sus análisis tienen un valor heurístico muy pertinente tanto para dar cuenta de los cambios en las tendencias actuales en cuanto al comportamiento de los turistas (elección de lugares de destino, actividades y significaciones de la práctica turística, etc.) y en tanto la construcción de los territorios como *“lugares”* turísticos. Este eje se analizará en profundidad más adelante⁶.

atrás(...)” (Entrena, 2001: 236). Entrena más bien se afilia a la idea de que la etapa actual constituye una fase de la modernidad, que entre otros factores, se caracteriza por una caída del modelo occidental como ideal o *punto de llegada* en el proceso lineal y secuencial de progreso social, que definían los procesos de modernización.

⁵ Entrena sugiere que tampoco Albrow (1996) comparte la posición postmoderna, argumentando que las críticas de Albrow se centran en su profundo desacuerdo con la idea (derivada de la postmodernidad) del fin de la historia. *“Tampoco Albrow (1996) comparte el punto de vista de los postmodernos. Según este autor, lo único que ha concluido ha sido la modernidad, que ha sido reemplazada por la globalidad”* (Entrena, 2001; 236). Sin embargo podría sostenerse que Albrow (1996) cuestiona el *“derivado”* de la visión postmoderna (el fin de la historia) pero no que sostenga la continuidad de la modernidad.

⁶ No obstante lo cual pueden adelantarse algunos: La postmodernidad supuso un giro en el privilegio que le otorga a la dimensión espacial por sobre la temporal, de forma inversa a lo que sucede en la modernidad. El otro giro sustantivo es el pasaje del realismo (modernidad) basado en un sistema de equivalencia que se fundamenta en la *“representación”*, - la representación realista supone la adecuación con el objeto (o idea o concepto o sujeto) representado. El hiperrealismo (postmodernidad) supone que el sistema de equivalencia ya no es mas un asunto de representación sino de *“generación”* de objetos, de sujetos, y hasta de la vida misma.



Si las teorías de la modernización suponen los procesos de desenvolvimiento de las sociedades hacia el ideal moderno (que toman como referencia las sociedades occidentales) y refieren necesariamente a los procesos de globalización que tenían lugar en el momento en que se desarrollaron dichas teorías, la situación actual plantea una serie de modificaciones: en primer lugar occidente ya no constituye necesariamente el punto de llegada para los “procesos de modernización” y en segundo lugar los procesos de globalización han adquirido condiciones completamente nuevas y diferenciales a las etapas

(la tecnología puede ser vista exclusiva y completamente como un sistema de equivalencias)(Heidegger). Estos sistemas de equivalencias hiperrealistas son más perversos y más totalitarios que el moderno basado en la representación (Luke). Lo cual se demuestra en que si la tecnología (o metafísica de la presencia o racionalidad instrumental) estaba confinada al espacio representado en la modernidad, en la postmodernidad gira a un nivel de colonización del espacio “generado” o producido. En la postmodernidad se produce se procrea, lo real. La realidad postmoderna es más real que la realidad. Es hiperreal. ¿Qué tipo de sistemas de equivalencias (o tecnología) produce hiperrealidad en los flujos globales?. La hiperrealidad de los flujos se genera a través de procesos de “simulación”. La simulación no es una mimesis de la representación figurada o icónica sino la generación de lo hiperreal por “modelos”. Simulación supone el precedente del simulacro. No es un problema de valor de uso de segundo orden, más abstracto que la transformación semiótica del valor de uso y el valor de signo una representación del valor de cambio. Es literalmente un precedente. Y un proceso no de representación o de transformación semiótica sino un proceso de generación en que el modelo es precedente de la hiperrealidad y la hiperrealidad es precedente (y por tanto anula) lo real. Por tanto “liquida el referente”. Los modelos son el LOCUS de los sistemas de equivalencia. La “lengua” que produce el desfile de los flujos hiperreales. Son modelos combinatorios que comprimen las unidades informacionales. Son sistemas, pero sistemas de signos, más dóciles que el significado o que el ajuste significado-significante. La “lógica representacional del significado” es reemplazada por la “esfera genética de la señal programada”.

Aquí estos sistemas de equivalencia producen, generan, actúan operativamente, sintetizan. Estos nuevos sistemas de equivalencia son más dúctiles que los anteriores, (en el modo representación se le da el poder de crear de Dios al hombre, ahora en estos sistemas aparece la “tecnogénesis del modelo”). ¿Qué es lo que se genera en estos sistemas de equivalencia por los modelos? Se genera lo hiperreal. Imágenes, señales, grafemas, que circulan en el scape. Pero estos objetos están codificados, (la codificación tiene lugar en el proceso de generación) Si el poder de la modernidad (nuevo orden) está en los estados nación, en donde está en el neo-orden?? En el capital trasnacional que crea los neo worlds. Competencia gira a las tecnoregiones del neo mundo. (Luke, 1996)

Ahora bien: ¿este análisis como se traduce en el objeto que estamos analizando que es el turismo? Se evidencia con claridad en los parques turísticos temáticos. Alcanza con ir a Disneyworld, en Orlando, USA, a cualquiera de los parques para “vivir” la realidad creada más real que lo real. No sólo con los dinosaurios, sino con el futuro mismo. Por otra parte esto es visto como un modelo que debe seguirse, que tiene “ventajas” territoriales muy concretas. Al respecto: ver Anfitriones e invitados de Valene Smith (1986) en que la fundamentación se da a favor de políticas de parques temáticos turísticos (protege el ambiente, la masa turística no deteriora el valor arqueológico y patrimonial, y se mantiene el valor cultural. *“Los modelos culturales tienen también otra gran ventaja, sobre todo en lugares turísticos donde la presencia física de los visitantes puede ser perjudicial, Las cuevas paleolíticas de Lascaux (Francia) con sus pinturas policromas de fama mundial, están ahora cerradas al público para impedir que la pintura se exfolie, pero la reproducción que las sustituye a modo de sucedáneo, es, bajo muchos aspectos más gráfica que el original. De la misma manera la colonia o poblado vikingo de L’Anse aux Meadows, descubierta en Terranova, habría sido ya destruida por los visitantes que pisotean yacimientos arqueológicos, pero la aldea recién reconstruida hace muy bien el papel de centro de observación e interpretación de las correrías vikingas en el Nuevo Mundo y es muy justo que las Naciones Unidas la haya puesto a la cabeza de su lista del patrimonio mundial. Incluso el auge de las fantasías populares que vemos en las Disneylandias de Tokio y París, ofrece formas de modelos culturales para niños de todas las edades, porque también hay en ellas aldeas temáticas y motivos de cuentos de hadas, Cabe esperar que prosiga esta tendencia de modelos culturales y debiera parecernos bien....”* (Smith, 1989:29-30)



anteriores, básicamente por su magnitud, intensidad y extensión tanto en la escala como de las dimensiones que abarca.

Es un debate si como efecto de la globalización la nueva totalidad es la humanidad. Posiciones contrarias formulan que la “globalidad” no es global, puesto que escapan de estos circuitos y flujos numerosas regiones y personas del planeta, lo cual supone tanta exclusión como intensidad en la integración de “algunos” Bairoch (1997), Doremus *et al.* (1998), Boyer (1998), Hirst e Thompson (1996) Gordon(1988) Anabela Nunes (1998).⁷ Pero por otra parte es posible incluso preguntarse si en este caso (la consideración de la una nueva “totalidad” - ahora “la humanidad” - es coherente con el planteamiento de la continuidad de la modernidad.

En el caso de los posmodernos al cuestionarse la idea de “totalidad”, (y por tanto la idea de la humanidad como “totalidad”) se acercan a la idea de construcción de otro tipo de orden. Eso no elude considerar que efectivamente esos elementos adquieren una nueva significación y definen nuevas características por su magnitud en las sociedades contemporáneas, pero no habilitaría a pensar en rupturas ni discursivas ni constitutivas de la modernidad, sino profundización y/o radicalización de la misma.

“Según Beck, Giddens y Lash (1997) la presente situación mundial, más que la manifestación de la crisis y del declive social de la modernidad que contemplan los posmodernos, es la expresión de una nueva etapa de la modernidad que sobreviene como consecuencia de su propia evolución. Como un producto de ella. Esta nueva etapa constituye una demostración de la victoria del capitalismo, que ha evolucionado y producido nuevas formas sociales, las cuales son el resultado del proceso de desarrollo de la propia modernidad. Dicho proceso ha dado lugar a una radicalización de la modernidad que ha roto los contornos y las premisas que sustentaba la sociedad industrial y ha abierto caminos hacia otra modernidad (Beck, 1997) En otros términos, el presente estado de cosas es una consecuencia de los profundos cambios sociales fomentados por la modernidad y la acentuada tendencia a la ruptura manifestada en la evolución de la misma” (Entrena, 2001:240)

En esta conceptualización de la “continuidad” moderna pero radicalizada, es que se inscriben los procesos de globalización (que ya existían pero adquieren nuevas connotaciones, por su alcance, magnitud e intensidad), en la denominada “sociedad del

⁷ Una muy buena síntesis de estos planteamientos críticos se presenta en Belo Moreira (2001) Globalización y Agricultura.



riesgo” (Beck, 1999)⁸. El alcance global del riesgo es lo que permite decir que la humanidad se constituye como la unidad por primera vez en la historia. El declive de la autonomía de los Estados Nacionales, como las unidades de análisis privilegiadas de la sociedad entra también en declive, lo que para Ianni (1989) deriva en la necesidad de “revolución epistemológica en ciencias sociales”.

Las sociedades actuales presentan nuevas coordenadas, que pueden resumirse en: 1. tendencia hacia la mundialización de la economía y consiguiente crisis del Estado-Nación⁹, en un marco de integración transnacional. 2. transformación radical de los esquemas y contextos de la producción y el consumo de la mano de la revolución de las nuevas tecnologías (tanto comunicacionales, biotecnologías, informacionales, etc.) que algunos han denominado “tercera revolución industrial” y 3. fin de las ideologías de la salvación – muy fundamentalmente el comunismo, y subsiguiente crisis generalizada de valores a la que tratan de dar solución espuria en ciertos ámbitos los nacionalismos y/o fundamentalismos. (Rodríguez Ibáñez, 1999)

El debate acerca de los orígenes de la globalización -que para muchos autores no se puede ubicar en el siglo XX, dado que las tendencias a la comercialización extraregional consta desde mucho antes), la intensidad, magnitud y velocidad que adquieren los flujos globales no sólo de bienes, sino de ideas, valores, personas, dinero e información connotan una fase particularizable.

Las dimensiones cultural, valórica y política han tenido sin duda un desarrollo mayor en momentos más recientes como aspectos de los procesos de globalización que las que ha tenido la dimensión económica, objeto más temprana y prioritariamente analizado. Hoy, la producción académica también se enfoca a trabajar en torno a estos procesos (no económicos) de la globalización y sus consecuencias. (CEPAL, 2000)

⁸ El análisis del riesgo, también es fuente de debate y de variaciones discursivas e interpretativas en diferentes autores de la teoría social contemporánea.

⁹ Como en casi todos los elementos que articula el discurso de la globalización se encuentra matices y diferencias en los diferentes autores. Al respecto Castells (1999) introduce una serie de “relativizaciones” más que pertinentes sobre el papel de los Estados Nacionales en los procesos globales, que producen una mirada más cuidadosa sobre ese “lugar común” que afirma la crisis o el declive de los Estados Nacionales en esta fase.



TurismoS y TerritorioS



“Una importante dimensión del proceso de globalización y por cierto, no la más destacada cuando se habla del tema-, es la gradual generalización de ideas y valores en torno a los derechos civiles y políticos por un lado, y a los económicos, sociales y culturales por otro, que van dando sustento al concepto de ciudadanía global.” (CEPAL, 2002: 14)

Al respecto debe mencionarse el desarrollo de John Urry quien habla de nuevos derechos y obligaciones “globales”, postulando la emergencia de la ciudadanía global (Urry, 2002).

Turismo

El turismo es un fenómeno que adquiere dimensiones inéditas en la historia, en la fase del capitalismo global. Se orienta a identificar características de dicho fenómeno y las principales tendencias del mismo.

Krapf y Hunziker aportan la siguiente definición de turismo:

“Es el conjunto de relaciones y fenómenos sociales producidos por el desplazamiento de personas fuera de su lugar de domicilio por motivos no laborales, sino culturales, recreativos, de descanso, esparcimiento, y de placer, y en tanto que dichos desplazamientos no están motivados por una actividad lucrativa. (Krapf y Hunziker, Citado en Montaner, 1999)

El turismo es por tanto una actividad que supone la articulación de diferentes sectores económicos. Pero también requiere para su estudio de múltiples dimensiones, que determinan sus tendencias, fluctuaciones, emergencia y dinámica.

“Tourism is an activity which cuts across conventional sectors in the economy. It requires inputs of an economic, social, cultural and environment nature. In this sense it is often described as being multifaceted”. ”(Lickorish & Jenkins: 1999: 1)

Las características de la actividad turística suponen a su vez dificultades para considerarla una industria:

“ The problem in describing tourism as an “industry” is that it does not have the usual formal production function, nor does it have an output which can physically be measured, unlike agriculture (tones of wheat) or beverages (litres of whisky). There is no common structure which is representative of the industry in every country. In French and Italy, for example, restaurants and



shopping facilities are major attractions for tourists, in Russia they are not. Even the core components of tourism industry as accommodation and transport can vary between countries. In UK many tourists use bed and breakfast accommodation in private houses; in Thailand such facilities are no available. (...) It is some of these problems of definition which have caused many writers to refer to the tourist sector than the tourist industry” (Lickorish & Jenkins: 1999: 1)

Las modificaciones que se han suscitado en el turismo en los últimos años son de una magnitud e intensidad que lo revelan como un objeto de estudio ineludible para la sociología. Los impactos sociales, económicos, territoriales, de sociabilidad, políticos y culturales que produce, disparan sus efectos sobre un haz de dimensiones, que lo convierten sin duda en un objeto privilegiado de análisis contemporáneo.

Se ha intentado describir el recorrido histórico de las transformaciones ocurridas en el fenómeno del turismo, a través de sus principales características en cada momento o fase, en diversos lugares (Mazón, 2002) (Fernández Fuster, 1985)¹⁰. Los trabajos convergen en la idea de la “masificación” del turismo en las sociedades avanzadas a partir de la segunda guerra mundial, una vez consagrados y generalizados los derechos al “tiempo” y al “salario” para vacaciones dentro de las legislaciones laborales, lo cual supone en alguna medida *el “derecho a las vacaciones”* (y los recursos para ello mediante el salario vacacional legalmente establecido) para el conjunto de los trabajadores.

Paralelamente el desarrollo de las tecnologías de comunicación y transporte son factores que permiten y coadyuvan al incremento de la práctica turística, generando una dinámica de magnitudes inéditas en la historia de la humanidad en relación a la “movilidad corporal”¹¹ y en la “cultura del viaje” que la sostiene.

“The scale of contemporary traveling is immense, and this provides the context both for the environmental critique of “hipermobility” and for the belief that travel has become so central to contemporary socialites that sociology neglects it at its peril. There are 698 million international passenger arrivals each year (2000 compared with 25 m in 1950) and a predicted 1 billion by 2010); at any one time 300.000 passengers are in flight above the US, equivalent to a substantial city; a half million new hotel rooms are built each year worldwide; there are 31 m refugees across the globe; and there is one car for every 8,6 people worldwide (WTO 2000, Kaplan 1996:101)

¹⁰ Por lo que en este trabajo no se desarrolla remitiéndose a la lectura de estos autores.

¹¹ al tiempo que las tecnologías de información y comunicacionales permiten otro tipo de movilidades o “viajes” (virtuales, imaginarios)



TurismoS y TerritorioS

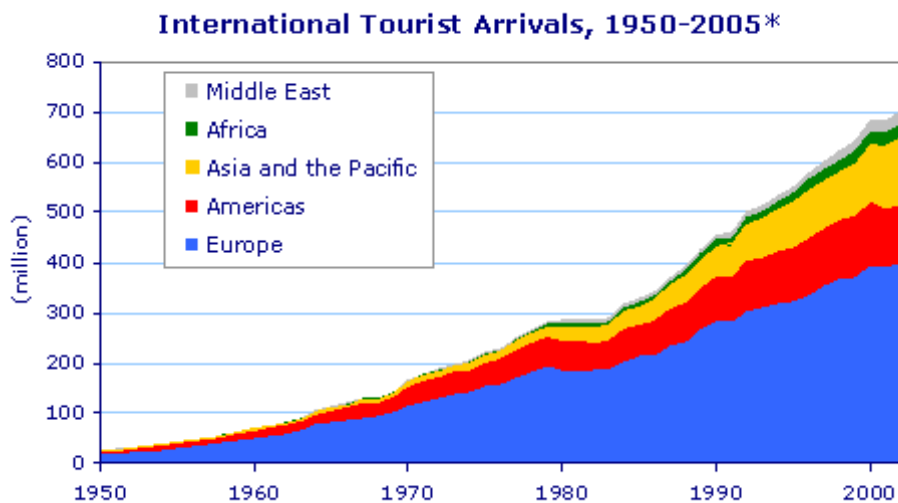


International travel accounts for over one-twelfth of world trade constituting by far the largest ever movement of people across borders. International and domestic tourism account for 10% of global employment and global GDP, and this effect everywhere, with WTO publishing tourism statistics for over 200 countries (WTO, 2000). There is more or less no country that is no significant sender or receiver of visitors. Such mobilities are enormously costly for the environment, transport accounting for around one-third of all CO2 emissions.” (Urry, 2001)



TENDENCIAS DEL TURISMO INTERNACIONAL

El incremento del turismo internacional en las últimas décadas constituye un fenómeno que reconfigura la economía mundial (y consecuentemente las economías nacionales) estableciendo además una dinámica que traspasa la frontera de lo meramente económico instalándose en la era global, de flujos de múltiples dimensiones.



Fuente: OMT, 2007b

En el periodo que va de 1950 a 2005 se pasa de 25 millones de arribos internacionales a 803 millones, lo que corresponde a una tasa de crecimiento promedio anual de 6.5%. Los primeros seis años del siglo XXI se constituyen como excepcionales. En el año 2006, específicamente, el turismo internacional creció en 43 millones de arribos



sobre las cifras del año 2005, alcanzando niveles nunca vistos antes en el sector.¹² (OMT, 2007).

En total, de acuerdo con los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) para el año 2006, 846 millones de turistas internacionales fueron registrados en ese año. Muchos especialistas consideran al año 2000 como el “año del milenio”. Tomándolo como referencia, en el 2006 se registran 162 millones de arribos de turistas internacionales.

Considerando que los arribos internacionales de turistas es solamente una parte del “mundo” del turismo, -ya que no se incluyen las estadísticas del turismo doméstico-, las cifras anteriores dan idea cabal de la magnitud del fenómeno turístico a nivel mundial así como su tendencia al crecimiento sostenido.

Desigualdades regionales

Considerando las cuatro grandes Regiones del Planeta definidas por la OMT (Europa, Asia y Pacífico, Américas y Medio Este) es posible visualizar tendencias disímiles tanto a nivel regional como de países al interior de las regiones.

¹² A pesar de los efectos del 11 de setiembre



Arribo de Turistas Internacionales según Sub-región (años seleccionados 1990-2006)

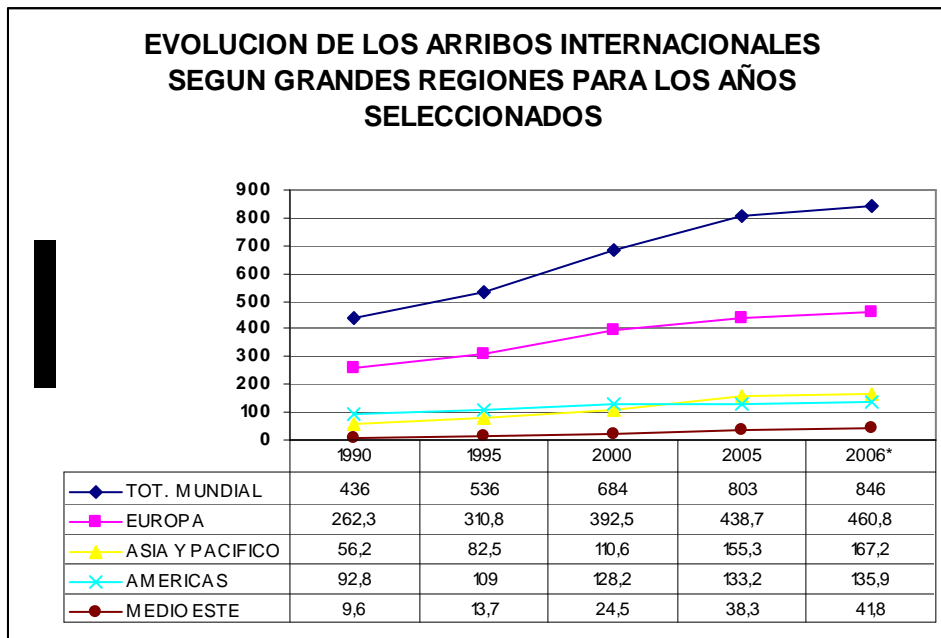
Regiones y Sub-regiones	Arribos de Turistas Internacionales (en millones)					Porción de mercado (en %)	Variación (en %)		Crecim. Anual Promedio (en %)
	1990	1995	2000	2005	2006*		2006	05/04	
TOT. MUNDIAL	436	536	684	803	846	100	5,5	5,4	3,6
EUROPA	262,3	310,8	392,5	438,7	460,8	54,4	4,3	5,0	2,7
Norte de Europa	28,3	35,8	42,6	51,0	54,9	6,5	7,8	7,6	4,3
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	142,6	149,8	17,7	2,6	5,0	1,2
Europa Central y del Este	31,5	60,0	69,4	87,8	91,2	10,8	2,2	3,9	4,7
Europa Sur Mediterránea	93,9	102,7	140,8	157,3	164,9	19,5	5,9	4,8	2,7
ASIA Y PACIFICO	56,2	82,5	110,6	155,3	167,2	19,8	7,8	7,7	7,1
Noreste de Asia	26,4	41,3	58,3	87,5	94,0	11,1	10,3	7,4	8,3
Sudeste de Asia	21,5	28,8	36,9	49,3	53,9	6,4	4,9	9,3	6,5
Oceanía	5,2	8,1	9,2	10,5	10,5	1,2	3,7	0,4	2,2
Sur de Asia	3,2	4,2	6,1	8,0	8,8	1,0	4,7	11,0	6,4
AMERICAS	92,8	109,0	128,2	133,2	135,9	16,1	5,9	2,0	1,0
América del Norte	71,7	80,7	91,5	89,9	90,7	10,7	4,7	0,9	-0,2
Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,4	2,3	3,7	3,5	2,2
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,0	0,8	13,2	10,8	8,2
Sudamérica	7,7	11,7	15,3	18,2	18,8	2,2	11,9	3,0	3,5
AFRICA	15,2	20,1	27,9	37,3	40,7	4,8	8,8	9,2	6,5
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	14,9	1,8	8,9	7,4	6,5
África subsah.	6,8	12,8	17,7	23,3	25,8	3,0	8,8	10,4	6,5
MEDIO ESTE	9,6	13,7	24,5	38,3	41,8	4,9	5,9	8,9	9,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo

* Datos recogidos por la OMT durante el año 2007



Evolución de los Arribos Internacionales según Grandes Regiones para los años seleccionados

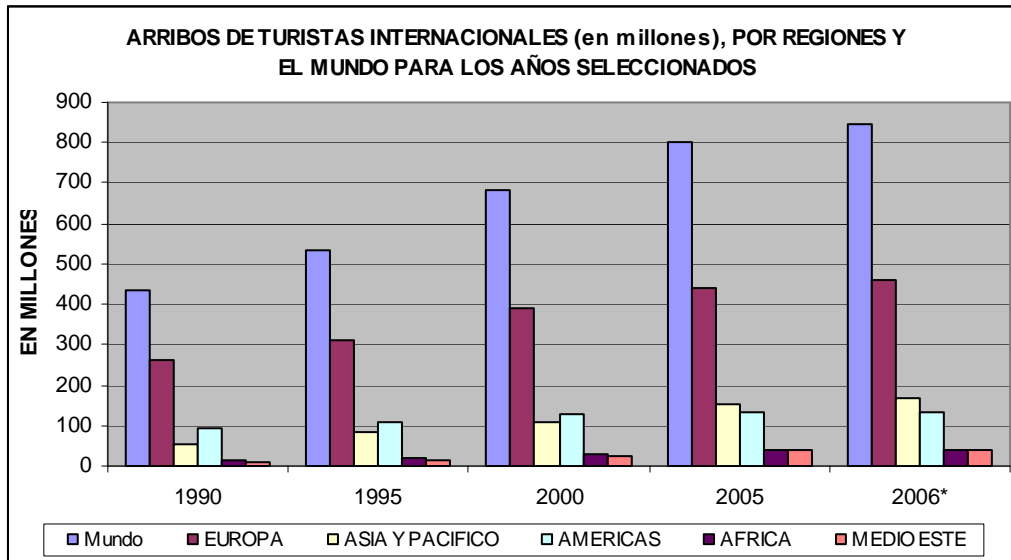


Fuente: a partir de información de OMT

El carácter masificado y generalizado al conjunto de los ciudadanos de los países desarrollados, no puede entenderse como adquiriendo la misma significación en países de un nivel de desarrollo menor. Los países desarrollados concentran los destinos y también la emisión turística, en proporciones sustantivamente mayores que otros países como se muestra en los cuadros y gráficas que siguen. También obtienen proporciones mayores del total de ingresos por concepto de turismo internacional.



Arribos de turistas internacionales (en millones) por regiones y el mundo para los años seleccionados.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de OMT (2007)

Ingresos por concepto de turismo internacional (US\$ billones)

Ingresos por concepto de turismo internacional (US\$ billones)			
	2006	%	Ingreso por arribo
Mundo	733	100,0	870
África	24,3	3,3	600
América	154	21,0	1130
Asia y el Pacífico	152,6	20,8	910
Europa	374,5	51,1	810
Medio Oriente	23,7	3,2	650

Fuente: OMT, 2007:4

En relación a los ingresos provenientes del turismo según regiones receptoras se establecen claras diferencias. En el 2006, el 51% de los ingresos por concepto de turismo que se registraron a nivel mundo (733 billones de US\$), los recibió Europa, y un cuarto de éstos América¹³. El 20,8% correspondió a Asia y el Pacífico, el 3,3% África y el 3,2% Medio Oriente.

¹³ Más adelante, se presenta el desglose a la Región América y se ven las diferencias al interior de los países.



Mayores destinos en Américas en el 2006.

	Arribos de turistas internacionales		Ingresos por turismo internacional	
	(1000)	%	US\$ millones	%
Américas	135.876		153.966	
Argentina	4.156	2,5	3.349	2,2
Brasil	5.019	3,3	4.316	2,8
Canadá	18.265	17,4	14.632	9,5
Chile	2.276	1,2	1.214	0,8
Costa Rica	1.725	0,9	1.629	1,1
Cuba	2.150	1,4	2.138	1,4
República Dominicana	3.965	2,4	3.792	2,5
Jamaica	1.679	1,1	1.887	1,2
México	21.353	17,1	12.177	7,9
Puerto Rico	3.722	2,7	3.369	2,2
Estados Unidos	51.063	36,5	85.694	55,7
Uruguay	1.749	1,1	597	0,4

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT 2007:8

El cuadro anterior muestra con mucha claridad la disparidad de situaciones entre los países al interior de la región América. Estados Unidos, Canadá y México concentran más del 71% (90.681) del total de arribos internacionales a la región, y las tres cuartas partes de los ingresos percibidos por concepto de turismo. (Sólo Estados Unidos percibe más del 50% del total de lo percibido en el 2006 por la región Américas).

Estos datos sostienen nuevamente la diferenciación no sólo entre grandes regiones del mundo sino entre los países al interior de las regiones consideradas. Vale por ejemplo mencionar que el ingreso por arribo corresponde a 341.3 US\$ en el caso de Uruguay en el 2006 y para Estados Unidos a 1678.2 US\$, según se desprende del cuadro anterior.

Concentración en los flujos turísticos en regiones desarrolladas

La tabla siguiente permite visualizar como los circuitos del turismo internacional están concentrados en los países desarrollados, entre los que se dan los principales flujos. Muestra que el porcentaje que registra Europa en los viajes interregionales gira con



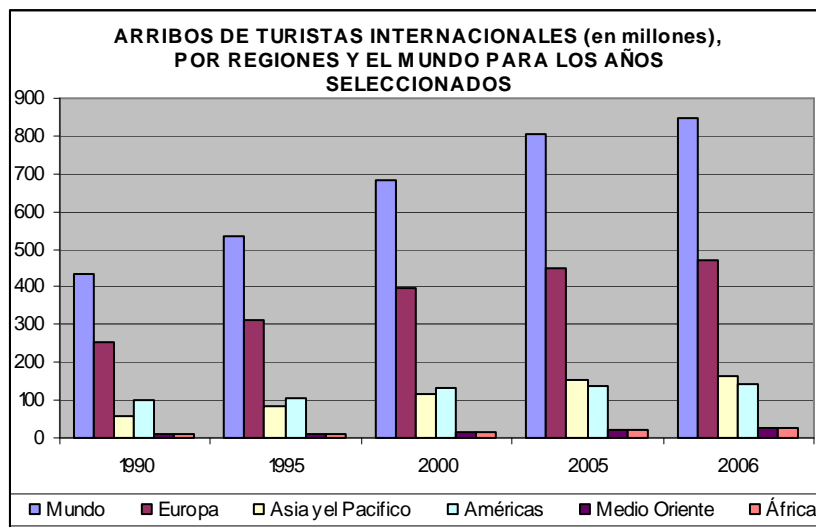
mínimas diferencias en el entorno del 80% desde el inicio de la década del 90 hasta hoy. La tendencia sobre la proporción de los viajes interregionales sobre el total del turismo internacional se mantiene en los pronósticos para el futuro mediano y el largo plazo (2020), que realiza la OMT, organización que estima que para esa fecha éstos representarán el 76% del total del turismo internacional. (OMT, 2003: 8)

Arribos de turistas internacionales por región (millones) para los años seleccionados

Arribos de turistas internacionales por región (millones)					
	Año				
	1990	1995	2000	2005	2006
Mundo	436	536	684	803	846
Desde:					
Europa	252,3	310,9	398,3	452,3	473,7
Asia y el Pacífico	59,2	86,8	114,8	154,7	166,5
Américas	99,8	108,5	131,0	137,1	142,2
Medio Oriente	8,2	9,6	13,8	22,8	24,8
África	9,9	12,8	16,3	21,8	24,5
Origen no especificado	6,6	7,5	9,4	14,1	14,7
Misma región	349,9	431,4	541,0	638,0	668,9
Otras regiones	79,5	97,2	133,1	150,7	162,7

Fuente: OMT, 2007: 10

Arribos de turistas internacionales (en millones) por regiones y el mundo para los años seleccionados



Fuente: Elaboración propia a partir de datos OMT, 2007



En el periodo 1950-2000 la tasa de crecimiento promedio anual de los arribos internacionales fue del 6,5%. Sin embargo, varía sustantivamente entre regiones: Asia y el Pacífico crece un 13% promedio anual y el Medio Este un 10%. Debajo del promedio mundial crecen Américas (5%) y Europa (6%), que no obstante son durante todo el periodo las principales regiones receptoras de turismo internacional. Ambas concentran más del 95% de los arribos en 1950, 82% en 1990 y el 76% en el 2000. (OMT, 2007b)

Estas tendencias se interpretan como un aceleramiento en el crecimiento de nuevos destinos, mientras que las regiones maduras (Europa y Américas) tienden a enlentecer su crecimiento.

Más recientemente, el año 2006 culminó con resultados positivos para las sub-regiones Europeas. El arribo de turistas internacionales para la región creció un 5% (22 millones de turistas) con respecto al año anterior, dato relevante dada la elevada cifra de arribos de la cual se parte. Específicamente Europa Central, Occidental y Oriental crecen con respecto a la media del año anterior registrando un 4%, 5% y 4% de incremento respectivamente. Los arribos en Europa Meridional y Mediterránea se situaron en un punto inferior al promedio del 2005, sin embargo esta sub-región recibe 165 millones de arribos de turistas al año. La región que obtuvo mejores resultados fue Europa del Norte con un 8% más de arribos para el año 2006, respecto al año anterior.

Asia y el Pacífico aparece como la segunda región con resultados más favorables para el año 2006, reflejando un crecimiento sostenido en la llegada de turistas internacionales en los últimos años. Tanto Asia Meridional como Asia del Sudeste lograron un crecimiento por encima de la media, de un 11% y 9% respectivamente. Mientras que Asia del Nordeste alcanzó en el 2006 un 7% más de arribos que en 2005. Los datos para Oceanía indican un aumento de sólo el 0,4%, lo indicaría un estancamiento para esta sub-región.

La región de las Américas creció en un 2% de arribos de turistas internacionales con respecto al 2005, sin embargo dicho porcentaje se encuentra por debajo del incremento medio anual de 5,4%. El mejor resultado dentro de las sub-regiones lo obtiene América Central con un aumento en los arribos del 11%, siendo Panamá y El Salvador los países



que registraron el mayor crecimiento, 20% y 17% respectivamente. Los arribos aumentaron en un 3% en las Sub- regiones de América del Sur y el Caribe, y sólo un 1% en América del Norte correspondiendo con la disminución de los arribos de turistas internacionales en Canadá y México en un 3%.

África aparece como la región con un mayor crecimiento de arribos de turistas internacionales, con un 9% más que el año anterior. Dentro de las sub- regiones es África Subsahariana la que presenta un mayor aumento de arribos, Países como Zimbabwe y Sudán muestran importantes aumentos de arribos, 47% y 33% respectivamente.

Por último los arribos a Oriente Medio aumentaron un 9% en el 2006, la mayoría de los países muestra resultados positivos excepto el Líbano en el cual disminuye un 7% los arribos de turistas internacionales.

Los diez primeros lugares en: Arribos internacionales de turistas e Ingresos por turismo internacional (2006).

Llegadas de turistas internacionales				Ingresos por turismo internacional (en US\$)			
Pos.	País	2006	Tasa de Variación	Pos.	País	2006	Tasa de Variación
		(millones)	2006*/2005			(miles de millones de dólares)	2006*/2005
1	Francia	75.9	4.2	1	Estado Unidos	85.7	4,8
2	España	58.5	4.5	2	España	51.1	6,6
3	Estados Unidos	51.1	-3.8	3	Francia	42.9	1,5
4	China	49.6	6.0	4	Italia	38.1	7,7
5	Italia	41.1	12.4	5	China	33.9	15,9
6	Reino Unido	30.7	9.3	6	Reino Unido	33.7	9,8
7	Alemania	23.6	9.6	7	Alemania	32.8	12,3
8	México	21.4	-2.6	8	Australia	17.8	5,8
9	Austria	20.3	1.5	9	Turquía	16.9	-7,2
10	Federación de Rusia	20.2	1.3	10	Austria	16.7	4

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2007)

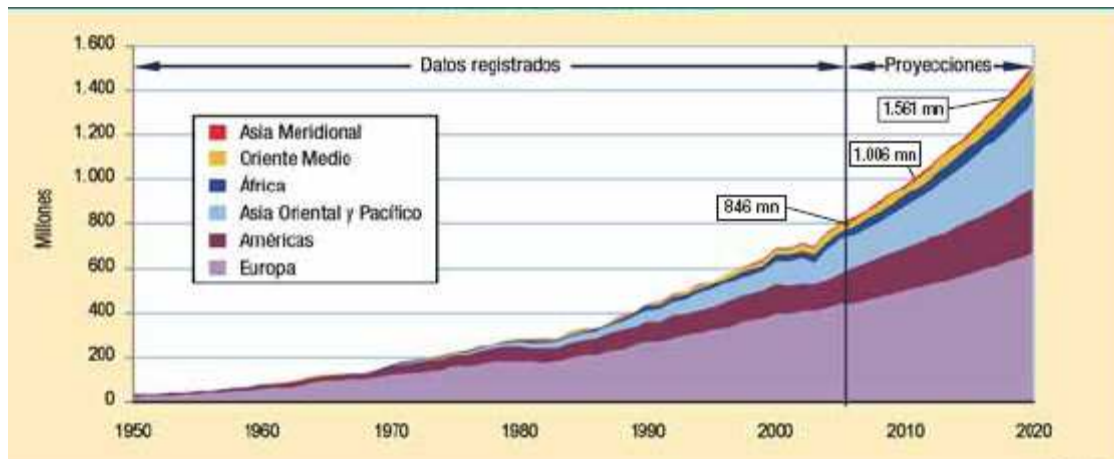


De los cinco países más visitados en el año 2006 a nivel mundial, tres son europeos. Francia, España e Italia son líderes en el mundo en recepciones internacionales de turistas. Los otros dos son Estados Unidos y China, representando distintas grandes regiones. Del grupo Italia ha sido la que mas creció de un año al otro con un 12.4% de aumento.

Observando los ingresos en millones de dólares, Estados Unidos mantiene desde hace años el liderazgo, obteniendo en el 2006 ingresos que superan en más de la mitad a los de España que tiene el segundo lugar (85.7 y 51.1 miles de millones de dólares respectivamente). China y Alemania son los países que muestran mayores valores en la tasa de variación del 2006 respecto al 2005 en los ingresos obtenidos por turismo. El caso de Alemania se explica por los resultados que se obtuvieron durante el año que fue sede del Mundial de Fútbol de FIFA.

A futuro las previsiones de la OMT son optimistas en lo que respecta al aumento de arribos de turistas internacionales. En el siguiente gráfico se observa dicha previsión:

Previsiones sobre Arribos de Turistas Internacionales a nivel mundial



Fuente: OMT, 2007

La OMT en su visión de futuro augura para el año 2020 un registro de 1560 millones de arribos internacionales. De esos arribos a nivel mundial, 1.180 millones serán intra-regionales y 378 millones serán de turistas en viajes de largo alcance.



Continuando con estas previsiones, se afirma que en el 2020 las regiones que más recibirán turistas serán: Europa con 717 millones de turistas, Asia del Este y el Pacífico con 397 millones y las Américas con 282 millones, seguidas de África, el Medio Este y el Sur de Asia.

Para Asia del Este y el Pacífico, Asia del Sur, el Medio Este y África se pronostica un crecimiento record en tasas mayores al 5% por año, comparadas con el promedio mundial para ese lapso que será del 4.1%. Las regiones más maduras, como lo son Europa y Las Américas presentarán tasas de crecimiento por debajo del promedio.

Europa mantendrá la mayor porción del mercado de turistas, aunque se observará un decrecimiento de esta proporción (60% en 1995 a 46% en 2020). Cercano al año 2020 las Américas perderán el segundo lugar en el ranking, dejándose a la región de Asia del Este y el Pacífico, los cuales recibirán el 25% de los arribos internacionales en ese año y las Américas decrecen del 19% en 1995 al 18% en 2020.

Finalmente la OMT afirma que los viajes de largo alcance crecerán más rápidamente, con un 5,4% entre el 1995 y 2020, que los viajes intra-regionales que presentarán una tasa de crecimiento del 3.8% para el mismo período. Consecuentemente la tasa entre los viajes intra-regionales y los de largo alcance se moverá en aproximadamente 82:18 en 1995 a cerca de 76:24 en el 2020. Por tanto se pronostican situaciones a futuro que inclina la balanza hacia nuevas regiones turísticas.



LA PRODUCCIÓN EN SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

La sociología del turismo, que es muy reciente como subdisciplina y por lo tanto está en una fase de instalación de la temática y justificación de su relevancia, carece aún de una solidez conceptual y teórica que caracterizan a otras áreas de estudio, con mayor trayectoria. Sin que esto constituya más que una constatación y en ningún sentido una connotación, debe destacarse que la mayor producción académica de este fenómeno proviene de los países desarrollados y por lo tanto de las características que adquiere el fenómeno turístico en ellas, que es diferente a la de los países no desarrollados. Esto lleva a que gran parte del desarrollo de esta área parta de una serie de supuestos, premisas o lugares comunes, que no son del todo, o necesariamente, compartidas por otras realidades diferentes a las de las sociedades avanzadas, industrializadas o desarrolladas. Esto constituye sin duda un aspecto que debe tenerse específicamente en cuenta si se quiere trabajar el fenómeno que se manifiesta de manera evidente en su dimensión global pero que supone, significa y se expresa en y de manera muy diferente en distintas partes del globo.

Por tanto las primeras preguntas que un/a investigador/a legítimamente podría plantearse son:

1. ¿Es conceptualmente adecuado el marco analítico y las premisas básicas sobre las que se apoyan los estudios existentes de sociología del turismo-provenientes en su mayoría de las sociedades avanzadas- para el análisis del fenómeno en los países subdesarrollados?
2. ¿Es válida la comparación del fenómeno en casos de países subdesarrollados y desarrollados?



Son de diferente orden las explicaciones o justificaciones que se dan al incremento del fenómeno turístico en las últimas décadas. Uno de los teóricos más influyentes en sociología del turismo afirma que

“ ..I suggest that the explanation of different forms of travel is centrally important within a reconstituted sociology that takes mobility as its central concern (Urry,2000), Sociology has tended to focus upon those ongoing and direct social interactions between peoples and social groups that constitute a proximate social structure. In this article I argue that central to sociology should be both the analysis of those processes by which such co-presence is only on occasions and contingently brought about, and the forms of belonging with various “others” in sensed and sustained. One should investigate not only physical and immediate presence, but also the socialities involved in occasional co-presence, imagined and virtual co-presence indeed all forms of social life involved striking combinations of proximity and distance, combinations that necessitate examination of intersecting forms of physical, imaginative, and virtual mobility that contingently and complexly link people in patterns of obligation, desire and commitment, increasingly over geographical distances of great length“. (Urry, 2001)

Urry distingue tres formas de “viajar” (travel): imaginativa, virtual y física o corpórea.

“The physical movement of objects which are brought to producers to consumers whose physical travel may be consequently reduced; imaginative travel, to be transported elsewhere through the images of places and peoples encountered on radio and especially the ubiquitous TV.; virtual travel, to travel often in real time on the internet with many others so transcending geographical and often social distance; as well as the physical, corporeal travel of people, as being “on the move” has become a “way of life” for many (Urry, 2000; cap 3).

Urry sostiene que a pesar del incremento incesante y continuo del desarrollo de tecnologías de la comunicación, (que hacen el viaje virtual más probable, e incluso generalizable en el mediano plazo) no debe inferirse de ello, que el “viaje corporal” disminuya. Más bien se opone a Putman sosteniendo lo contrario. Su argumento es que tiende a reforzarlo, augurando incluso un incremento sostenido en el tiempo. Articulado al concepto de “proximidad”, para Urry, la movilidad geográfica, y en particular “el viaje turístico”, es un vehículo de mantenimiento y generación del capital social, y de reforzamiento de vínculos (nuevos y viejos) a lo largo y ancho del globo. En la medida además, que las tecnologías de la comunicación y transporte se desarrollan, se incrementan



las posibilidades de extender a más y más personas (aunque no deja de considerar la exclusión que afectaría a algunos sectores sociales tanto relativa a la movilidad corporal, como a otros aspectos), y la forma en que ésta se “resignifica” en la etapa actual. Urry defiende la necesidad de estudiar no sólo de las combinatorias posibles entre los diferentes tipos de “movilidades” y los efectos sobre las proximidades que generan, sino las consecuencias que a nivel macro y micro estas reconfiguraciones tienen en torno a nuevas formas de sociabilidad, exclusión y formaciones de vínculos, de redes e intercambios.

No obstante el incremento abismal del turismo internacional que se verifica en las últimas décadas, se evidencia una desigual distribución entre países emisores y también receptores de turistas. Esto implica que son los países desarrollados quienes contribuyen en mayor medida al turismo internacional (de la misma manera son los que representan los mayores porcentajes de turismo receptivo), por lo que también en esta dimensión se presentan fuertes desigualdades en el comportamiento de los países según nivel de desarrollo de los mismos. (WTO, 1998)

Claramente en los países desarrollados puede concebirse el turismo como un consumo “masivo” y “masificado”¹⁴. La distancia *al derecho a hacer turismo* en proporciones igualmente generalizadas (hasta el punto de considerarlo un “derecho ciudadano” en países desarrollados) para los países subdesarrollados se evidencia como una brecha en primera instancia difícil de salvar.

Al respecto vale señalar algunos datos que se presentan en la tabla siguiente: para los países en desarrollo -según la clasificación e información proveniente del Informe de Desarrollo Humano (PNUD 2003)- el PBI per cápita es de 3.850 PPA en USD, mientras que para los países de la OCDE asciende a 23.363 PPA en USD. (el PBI per cápita de los

¹⁴ De hecho la bibliografía sobre el turismo de países desarrollados, connota casi sin excepción, como positivo al turismo tanto como práctica, - vista como un fenómeno masivo, - que de alguna forma consolida un “derecho”, a partir de la solidificación de otros derechos ciudadanos (tiempo y salario para vacaciones)- como por los efectos que trae en relación a las sociedades y regiones receptoras. Sin embargo justamente lo que se debate aquí es que el “punto de partida” para enfrentar al turismo masivo es bien diferente según tipo de país: los países desarrollados, “parten” de un lugar de conquista de derechos, (y sin duda de recursos para enfrentarse al hecho de la recepción del turismo masivo) que no es el caso de los países subdesarrollados. En este tipo de países el punto de partida para enfrentar los impactos del turismo son muy diferentes (para la implementación de medidas de “protección de derechos ambientales”; para el cuidado de recursos, y patrimonio; o para enfrentar la eventual brecha entre la sociedad local receptora y los turistas).



primeros representan un 16,5% de los segundos). Frente a ello: ¿puede entonces pensarse el consumo del turismo como fenómeno global?

Indicadores de Índice de Desarrollo Humano según tipo de países

	Esperanza de vida al nacer	Tasa de alfabetización de adultos	Tasa bruta combinada de matriculación primaria, secundaria y terciaria	PBI per cápita (PPA ¹⁵ en USD) 2001	Índice de esperanza de vida	Índice de educación	Índice de PBI	Valor del índice de desarrollo Humano
Países en desarrollo	64.4	74.5	60	3.850	0.66	0.70	0.61	0.655
América Latina y el Caribe	70.3	89.2	81	7.050	0.75	0.86	0.71	0.777
Europa Central y oriental y la CEI	69.3	99.3	79	6.598	0.74	0.92	0.70	0.787
OCDE	77.0		87	23.363	0.87	0.94	0.91	0.905

Fuente: Informe de Desarrollo Humano. PNUD. 2003 Pág. 240

Estas diferencias de nivel estructural según el “tipo de países”, marcan distancias en el punto de partida tanto para la emisión como para la recepción del turismo.¹⁶ En relación a las diferencias de orden cultural, por ejemplo, la referencia a los valores postmateriales que circunda cualquier discusión acerca de las tendencias actuales a nivel de comportamientos de los individuos (como el turismo) pero también de los territorios (el cuidado medioambiental) en las sociedades avanzadas (Inglehart, 1996), es diferencial en diferentes tipos de países. Podría argumentarse que la posibilidad de desarrollar valores postmateriales cuando no se tienen cubiertos los mínimos valores materiales, se reduce sustantivamente.

¹⁵ PPA: Paridad del poder adquisitivo.”El nivel de ingreso siempre ha sido utilizado en el IDH como referente de un adecuado estándar de vida. Atendiendo a la disponibilidad de datos a nivel internacional se utiliza el producto bruto interno (PBI) promedio (o per cápita) de cada país. La comparación entre países requiere de una corrección para reflejar los distintos poderes de compra de las monedas nacionales, la cual se realiza a partir de la paridad del poder adquisitivo (PPA). “ (Índice de Desarrollo Humano en Uruguay, PNUD, 2001)

¹⁶ El capítulo siguiente se dedica especialmente a describir este fenómeno. Se presenta allí información acerca de la dinámica que expresa el turismo internacional. Claramente diferenciado por regiones y tipos de países, la concentración tanto en la emisión, como recepción y gasto por este concepto, se da en los países desarrollados.



Si se siguiera a Marx en que “son las condiciones materiales de los hombres las que determinan su conciencia” (y no al revés), desde una perspectiva histórico-materialista podría sostenerse el riesgo implícito a generalizar la impronta de valores postmateriales en relación al comportamiento de los turistas, pero también de los territorios para establecer medidas que “pongan en valor” sus recursos y patrimonio tangible e intangible. Sin duda que los procesos de globalización permiten la circulación y la mayor velocidad y escala de la difusión de ideas y valores, pero con el riesgo implícito de que se realice una “reproducción discursiva”, pero vaciada del contenido, sin adopción de los referentes originales, por parte de las sociedades locales de los países sub-desarrollados. Los valores postmateriales (como cualquier idea) circulan mucho más fluidamente en el globo, y a mayor velocidad, lo cual no quiere decir que no se presenten (al menos discursos que los sostengan) en las regiones deprimidas. Pero probablemente la significación (tanto a nivel político como a nivel popular) sea diferencial según tipo de países, así como los productos que derivan de ellos.

La dimensión postmaterial del cuidado del medioambiente, y de los recursos naturales, en gran medida determinada por acuerdos y convenios internacionales (la mayoría ratificados por gran parte de los países del tercer mundo) no están exentos de discusión. Las medidas y los controles en torno a las mismas, particularmente en la protección de áreas naturales, que exigen los convenios internacionales, no supone que todos los países (no obstante firmen los convenios) estén en condiciones de aplicar las medidas que implican, ni que la población local sienta reflejada sus preocupaciones centrales en dichas medidas, como podría eventualmente suceder en los países desarrollados. Gran parte del sustento de la noción del desarrollo sustentable, así como de las derivaciones conceptuales de éste (el cuidado medioambiental entre otros) aluden y se justifican en función de los “derechos de las generaciones futuras”, “de los que están por venir” (Informe Brundtland, 1982) el problema que no se termina de resolver es ¿cómo asegurar los derechos de los que aún no existen, cuando no se cubren los derechos de muchos de los que hoy pueblan el planeta? ¿en base a qué derecho se exigen obligaciones a un ciudadano africano, que no puede cubrir sus necesidades básicas (sus derechos elementales) un “sacrificio” en función de los que aún no nacieron? La misma discusión que en otro lugar se daba en función a un tema colindante a éste, pero que sigue análoga lógica argumental, puede darse en torno a los valores postmateriales relativos al turismo:



“Las asociaciones de consumidores en Europa exigieron que cualquier alimento que contenga insumos transgénicos lo declarara en su envoltorio. (...) La idea de llegar a un nivel de democratización de las decisiones del consumo alimentario, como la del ejemplo, suponen el derecho a la información para decidir qué consumir. Paradójicamente a este avance en términos de derechos para una porción de la humanidad, otros muchos seres humanos del tercer y cuarto mundo todavía no tienen cubierto el derecho a alimentarse Las asimetrías entre países son cada vez más importantes, así como la capacidad de reclamo y de implementación de las soluciones propuestas. (...)” (Filardo, 1999)

Sin perjuicio de lo anterior, y siguiendo a Urry, el turismo verifica asimismo una creciente “reflexividad”.

“In particular corporeal travel has taken on immense dimensions and comprises the largest ever movement of people across national borders. Because of these liquidities the relations between almost all societies across the globe are mediated by flows of tourists, as place after place is reconfigured as a recipient of such flows. There is an omnivorous producing and “consuming of places” from around the globe (see Urry 1995). Core components that now help to perform contemporary global culture include the hotel buffet, the pool, the cocktail, the beach, the airport lounge, and the bronzed tan (Ahmed, 2000). This omnivorousness presupposes the growth of “tourism reflexivity”, the set of disciplines, procedures and criteria that enable each (and every?) place to monitor, evaluate and develop its “tourism potential” with the emerging patterns of global tourism. The reflexivity is concerned with identifying a particular place’s location with the contours of geography, history and culture that swirl the globe, and in particular identifying that place’s actual and potential material and semiotic resources. One element on this tourism reflexivity is the institutionalization of tourism studies, of new monographs, textbooks, exotic conferences, departments and journals (...) (Urry, 2001)

Dentro de este marco de reflexividad sobre el fenómeno del turismo, puede incluirse la emergencia de una línea denominada “marketing territorial” si la estrategia de la competitividad territorial está basada en la actividad turística. La confluencia, en todo caso de la mirada hacia el turismo como forma de incrementar la competitividad territorial y/o el desarrollo local, es sin duda “un lugar común”. Por otra parte en esta reflexividad del turismo convergen la mirada micro y la macro en la medida en que las estrategias *locales* (el desarrollo del potencial turístico que puede deberse a muy distintas dimensiones- paisaje, recursos naturales, cultura, idiosincrasia, población indígena, actividad rural, actividades de aventura, patrimonio histórico o arquitectónico, y muchos etcéteras-) se



realiza básicamente en función de las tendencias *globales* del turismo internacional, haciendo evidente en este caso la pertinencia de la noción de “glocalización” definida por Robertson (1996). Del mismo modo se evidencia la “globalización” de esta estrategia “local”. Es decir lo local se configura en relación al turismo en un patrón global.

La diversidad de factores para definir el “potencial turístico” de un territorio, también revela los signos de las tendencias del turismo como fenómeno global. Los múltiples intereses y la divergencia de “atractores”, suponen rasgos característicos de la diversidad de “lo que busca el turista”.

En este sentido, la estrategia del turismo como impulsor de desarrollo y crecimiento económico prácticamente para cualquier región se constituye en lugar común puesto que en este tipo de actividades se admiten menores restricciones, como apuesta al desarrollo local y regional así como de vinculación con otras actividades económicas. La ductilidad del turismo para articularse con otros sectores económicos, al tiempo que lo hacen difícil de definir y de establecer sus límites, también favorecen la capacidad inductora de éste para establecer vínculos estructurales con otro tipo de actividades y desbordar en una fase de crecimiento económico del territorio en cuestión. Sin embargo, no siempre este tipo de desarrollo resulta inocuo para el territorio y en más ocasiones de las deseables este modelo de desarrollo basado en el turismo ha tenido impactos perversos.

De la misma forma la reflexividad del turismo, convoca la noción de la construcción territorial. El territorio situado como una construcción social deviene de un proceso en que intervienen imaginarios, metáforas, usos, prácticas, recursos, luchas y estructuras sociales, en una dinámica permanente.

Así como un territorio se “construye” en relación al turismo, es modificado e influido por él. Es posible entonces hablar de una relación dialéctica entre el territorio y el turismo, los efectos que devienen de su ocurrencia. Este es el objeto de este trabajo. Bajo la hipótesis que los impactos pueden “mediatizarse por políticas adecuadas”, la lógica de la planificación se convierte en referencia necesaria, y de última es la que justifica su estudio. Sin embargo, la perspectiva del análisis supone la consideración de un sistema complejo en que intervienen tanto factores sistémicos como procesuales de nivel micro.



Si se define con Clanclini que “*Cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o para decirlo de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social*” (García Canclini, 1997: 35), el espacio local debe ser concebido a partir de tres ejes simultáneos.

1. Espacio de reproducción social material
2. Referente de identidades sociales distintivas
3. Representación simbólica dentro de la vida urbana/rural (en un territorio).

“...el espacio territorial –mediatizado por la imagen que de él se forman sus habitantes – opera como ente catalizador / inhibidor de comportamientos, como auténtico lugar antropológico : espacio investido, cualificado “producido por la práctica cotidiana (actividades, percepciones, símbolos) lugar del sentido simbolizado”. (Acevedo, 1994:127)

Es importante notar que el espacio así concebido expresa la identidad de un grupo. La identidad del grupo no la expresa el espacio sino la “*imagen compartida que de ese espacio tienen sus habitantes, imagen que si es compartida por el colectivo, es a la vez condición y expresión de lo “social orgánico”: del espacio (urbano) como lugar identificador, relacional e histórico (CF (Augé 1993: 49-70)”*” (Acevedo, 1994: 127).

En particular este fue el marco de análisis de trabajos anteriores¹⁷ realizados con referencia a casos en Uruguay, y puede serlo para analizar las transformaciones en la significación de lo rural en Europa, tal como lo conceptúa Entrena (1988), entendiendo que la construcción del sentido de un espacio por parte de sus habitantes, es lo que permite descubrir en qué ellos mismos sitúan su identidad, y cómo a partir de sus relatos muestran como viven el proceso de construcción y reconstrucción de la misma¹⁸.

El espacio local es visto desde esta perspectiva desde la lógica de “un espacio-tiempo”, y como un espacio físico y socialmente construido y socialmente simbolizado o significado. “*Así la ciudad (o el territorio) y por ende la imagen que se forman de ella sus habitantes,*

¹⁷ Ver Filardo, Verónica “La dimensión económica y cultural en los procesos de desarrollo local” 2001. Tesis de Maestría en Desarrollo Local y Regional. Universidad Católica del Uruguay.

¹⁸ En el trabajo referenciado antes, se analiza como el Museo Abierto de Artes Visuales en San Gregorio de Polanco, permite la emergencia del nivel “colectivo” en la construcción de sentido, y como se valoriza ese “sentido” en torno al espacio y se expresa por y en él.



condensa dos realidades (a menudo contrapuestas y distinguibles analíticamente aunque indisolublemente integradas): una realidad del primer orden, que se refiere a las propiedades físicas de los objetos, y una “realidad de segundo orden” que remite a sus propiedades sociales (valor, significación)” (Acevedo, 1994: 126.)

Uno de los impactos que eventualmente produce el turismo tiene que ver con las modificaciones en relación a la significación que de los territorios construyen sus habitantes y con el enfrentamiento sistemático que el contacto con “otros” –extranjeros, ajenos, “turistas”, producen sobre éste.

Para el caso del turismo rural en España, se reproduce el siguiente fragmento en la medida que coloca claramente las significaciones eventualmente en tensión del espacio rural entre pobladores locales y turistas:

“Asimismo, aunque más asimilados a la cultura y a la sociedad urbanas que nunca antes, los agricultores y campesinos, como pobladores seculares del mundo rural, suelen tener una percepción espacio-temporal diferente que la que de tal medio manifiestan los moradores de la ciudad que ocasionalmente les visitan o admiran su modo de vida. Para los primeros su tiempo y su espacio siguen conformando su vida cotidiana, su manera de producir, sin embargo ese mismo espacio se torna en paisaje o un ámbito de evasión para los, más o menos apresurados, visitantes urbanos que llegan a él los fines de semana o durante las vacaciones. Todos estos factores contribuyen a favorecer que su construcción social de lo rural sea más idealizada, a la vez que acorde con sus expectativas de ocio o demandas de mundos alternativos al suyo propio. En contraste con estas idealizaciones, la percepción de lo rural, por parte de sus pobladores de todo el año, suele mostrar el punto de vista de los que se sienten inmersos en la incertidumbre que afectan al desenvolvimiento de sus condiciones socioeconómicas y vitales cotidianas. Estas discordancias interpretativas se manifiestan en fenómenos como, por ejemplo las actitudes frente al turismo rural, de modo que, mientras que para los habitantes de la ciudad éste puede ser señal de reencuentro con la naturaleza o de vivir ecológicamente, para los agricultores y campesinos puede significar algo tan degradante como dejar de hacer lo que siempre han hecho y dedicarse a ocupaciones tan pintorescas como “servir de distracción o pasear en burro a la gente fina de la ciudad”. (Entrena, 1998: 151)

En América Latina, también se ha trabajado este aspecto de los cambios en la significación del espacio rural, y en particular en el turismo rural como catalizador o emergente de la visualización de estos procesos. Posada, habla de los cambios en la forma de valorar lo rural por parte de lo urbano, lo que lleva a que el espacio rural se modele (estructural y funcionalmente) en torno a estas valoraciones. “Una de las expresiones más



acabadas de estas modificaciones son los cambios en la conceptualización del uso de lo rural: antes era un espacio para la producción hoy es un espacio para el consumo. Pero no para el consumo de lo producido, sino para el consumo del espacio en sí. El turismo rural en sus múltiples facetas, es un claro ejemplo de esto” (Posada, 2002)

Sin embargo, en lo que respecta a este trabajo, basado en el análisis de datos secundarios y cuantitativos, las unidades territoriales están pre-construidas, y responden primordialmente a criterios administrativos y de gestión territorial, más que a identidades y sentidos, si bien es esperable que exista una correspondencia entre ambas.

Aún atendiendo a la pertinencia de estudios sobre la construcción de sentido y representaciones que los actores o sistema de actores realizan sobre el territorio que habitan, la prioridad en esta investigación se sitúa en establecer las diferencias que se presentan en algunas dimensiones analíticas en unidades territoriales administrativas, de tal forma que los resultados arrojen aportaciones para la gestión territorial institucionalizada, en particular para una gestión integrada y sostenible del turismo. En este sentido, y en la medida que las autoridades políticas locales remiten indefectible a territorios definidos administrativamente (que son las unidades territoriales de los sistemas de información), la investigación se inscribe en lo que podría denominarse la *perspectiva administrativa*.¹⁹

La producción de datos cuantitativos sistemáticos (a partir de la cual puedan trabajarse con series temporales) sobre la misma unidad de referencia territorial que cubra diferentes dimensiones analíticas (mercado de trabajo, turismo, situación demográfica, matriz social estructural y turismo) no siempre existe. Para el Uruguay, las unidades territoriales de referencia de los diferentes organismos que producen datos sistemáticos relativos a las dimensiones planteadas, no coinciden. Para enfrentar esta situación se describen todos y cada uno de los procedimientos utilizados más adelante. Sin embargo, más importante que los efectos que este hecho produce en la investigación es tenerlo presente como carencia para la gestión territorial del turismo, que en definitiva es lo se que pretende colocar en la agenda política y técnica en las administraciones políticas locales del país.

¹⁹ Ver nota núm 2.



Principales ejes de estudio del Turismo

En grandes líneas entonces podemos ubicar los ejes principales sobre los que consideramos se han desarrollado los estudios sobre el turismo:

1. Desde el turista:

Esta perspectiva intenta dar cuenta del fenómeno del turismo en relación a la experiencia del turista y sus prácticas en calidad de tal. Tradicionalmente se ha estereotipado el o la turista, desde su consumo, sus expectativas, su forma de comportamiento. Intenta responder preguntas tales como qué hace que la gente viaje, haga turismo y estudia este fenómeno desde la perspectiva de la modernidad y aún de la postmodernidad. Persigue la explicación de la búsqueda de nuevas experiencias²⁰, la disociación de las pautas cotidianas de comportamiento, las necesidades que el turismo satisface, que responden sin duda a patrones sociales más amplios y que son diferentes según sociedades y perfiles de los sectores que lo practican. Puede hablarse incluso de la *sociología del turista*:

“The sociology of tourists first focused on their economic, and their physical and sociocultural impacts, in the stereotypical case of mass tourists of the metropolis visiting historical and peripheral locations. More recently, Graburn and Smith differentiated tourist by class, gender and lifestyle, and then by national origin. Tourism has come to be seen as a form of expressive and perhaps therapeutic culture comparable to art, play and leisure. The tourist as sight-seer was first castigated by snobbish social commentators, and then valorized as a seeker of authenticity by MacCannell, and as a caster of gazes by Urry. Cohen usefully examined the range of tourists’ experiences and authenticities. In this special issue Lengkeek and Harrison re-examine tourist differentiations, authenticities and subjective experiences. Thons and Perkins conjoin the notion of the tourist as sight-seer with that physical performer, while Liebman looks at the tourist as both embodied and as technologized” (Grabourn & Bathel-Bouchier, 2001).

²⁰ Ver *Internacional Sociology* Vol 16 number 2 June 2001.



2. Políticas de promoción turística. Estrategias de desarrollo local. Planificación, gobiernos locales/regionales.

Podríamos ubicar aquí una serie de estudios que pretender dar cuenta de las estrategias de los gobiernos locales o nacionales para el desarrollo de la industria turística tanto urbana, como rural. Son objeto específico de los trabajos que se enfocan desde esta perspectiva la constitución de actores sociales locales tanto para la promoción de la actividad, como para el control de los efectos (ambientales, culturales, identitarios, etc.) el tipo de estímulos que las regiones establecen para el incrementar el flujo de los turistas que reciben, las inversiones que se realizan desde el ámbito público orientados a tal actividad las alianzas que establecen, el tipo de competencia que se desarrolla entre ciudades y regiones, el marketing territorial, la construcción de imágenes e imaginarios de los territorios, orientados a incrementar los factores de atractivo, que conducen a toda una estrategia, articuladas con mecanismos de comunicación social que se utilizan para su difusión (Mons, 1992). Se privilegia el estudio de los mecanismos de gestión territorial, de evaluación de impactos que se ponen en práctica, el desarrollo de ciudadanía en relación a la participación de la comunidad en la gestión y toma de decisiones en cuanto a las políticas de desarrollo turístico, el lugar que este fenómeno tiene en la agenda pública, etc. En gran medida esta perspectiva se asocia con estudios de desarrollo local y regional.

“Place promotion has thus become a mayor industry in numerous cities arround the world, as cities boosters attempts to shape their distinctive offerings and thus competitively attract visitors and therefore money into the local economy. In this context there is strong competitions to acquire the current array of “attractions” such as sporting events and blockbusters shows, convention centers, casinos, heritage areas and restructured waterfronts as festival and museum sities (Judd, 1999; Thorns, 1997; Perkins and Thorns, 2000)” (Perkins and Thorns, 2001).

Los territorios (tanto sean ciudades o no) tienen tanto un patrimonio histórico (el registro de su memoria, calles, lugares, hitos, arquitectura, edificios, museos, etc.) como otra dimensión de lo patrimonial constituida por lo intangible (sus relatos, leyendas, rituales, imágenes). Las significaciones de ambos, son móviles, dinámicas, en permanente proceso de transformación. **La construcción de la imagen del territorio son** los procesos y acciones deliberadamente orientadas para producir determinados significados, tanto para



la ciudad en términos globales como para determinados espacios que la integran. La planificación territorial se ha constituido en una disciplina que cada vez concita mayor atención, y los procesos de descentralización han funcionado como demandante de sus productos, contribuyendo a su desarrollo y aplicación.

Una de las premisas actuales de la gestión territorial impone la lógica de la sustentabilidad y de la competitividad. Compiten entre sí por la captación de capitales, de recursos humanos más calificados, por proveer las condiciones adecuadas para ofrecer ventajas comparativas y competitivas así como la diferenciación de productos, servicios y valores, y particularmente por la captación de turistas.

Las políticas y los procesos de descentralización tanto en Europa como en América Latina han disparado el surgimiento de nuevos paradigmas teóricos y técnico-metodológicos para actuar en estas condiciones y han desafiado a los gobiernos locales a desarrollar “estrategias” para posicionar a los territorios, en función de esta lógica de diferenciación y de competencia. Lo que Mons (1999) llama “batalla entre ciudades” ha conducido a una serie de acciones para lanzar o re-lanzar las ciudades, cual productos al mercado mundial, intentando captar inversiones, capitales, turistas, recursos humanos calificados, etc. Es posible entonces hablar de una “imaginaria territorial” (Mons, 1994) o del marketing territorial (Rebollo, 2000: Kotler et al, 1994) aludiendo a los dispositivos que se ponen en juego para crear o recrear imágenes de un territorio, para posicionarlos tanto en la red regional (en la que se inscribe o a la que pertenece) como en el ámbito internacional. La “construcción de una imagen” supone un diseño, una estrategia, una “prefiguración”, en suma, objetivos. En planificación territorial la Imagen de Marca Territorial (ITM), responde a la ubicación de determinados objetivos para un cierto territorio o ciudad y la articulación de actividades para que éstos se cumplan a través de un fuerte énfasis en la comunicación de la imagen. A título de ejemplo Rebollo sitúa “I love NY” como una imagen de marca que reposicionó a la ciudad de Nueva York a nivel turístico en el mercado internacional, poniendo en valor sus características únicas, colocándolas como atractivos para el consumo de turistas, y sin duda potenciando la generación de identidad local y de compromiso de sus actores y agentes locales, en un “proyecto colectivo” que la imagen de marca del territorio intenta conformar. (Rebollo, 2000). La construcción y aplicación de la imagen de marca de territorios y ciudades es una práctica que se ha generalizado. A través



de esta imaginaria promocional se genera una ciudad metafórica que se superpone a una ciudad real. Se produce un cruzamiento de imágenes entre registros aparentemente contradictorios. Los soportes comunicacionales de la imagen de marca de la ciudad son múltiples (folletos, afiches, catálogos, publicidades, videos, etc.), así como también son múltiples las fuentes de financiamiento para el despliegue de estos medios. Por lo mismo, existe una producción enormemente dispersa y variable de la imagen de la ciudad, lo que hace que no termine de coagular nunca en una imagen absolutamente definida sino que se encuentre en suspenso, fluctuante.

Una de las tensiones para producir la imagen de marca de una ciudad - o más en general de un territorio- es si se simboliza en términos patrimoniales (ciudad histórica, de ruinas, cuna de civilizaciones), o en términos modernos (empresarial, tecnológica, etc.). Esto supone ubicar temporalmente la imagen de la ciudad o territorio (orientada al pasado o al futuro). Por lo general la simbólica urbana o territorial se mantiene en un juego de énfasis entre uno y otro polo.

Si las representaciones sociales de los hechos constituyen realidad, bien puede pensarse en realizar este proceso de representación *deliberadamente*, es decir construir determinadas imágenes a propósito del cumplimiento de determinados objetivos, esperando que constituyan *determinada* realidad *preconfigurada*. Este es el presupuesto sobre el que se apoya la planificación de la “imagen de la ciudad”, que está tan en boga y que ha sido aplicado tanto en ciudades europeas y norteamericanas así como también en América Latina²¹. Existen técnicas específicas, para producir la imagen de marca de un territorio²², y establecer las estrategias más adecuadas para comunicarla. Por lo general estas técnicas suponen modelos y líneas estratégicas para llevar adelante el proceso, y se apoyan fundamentalmente en el uso de metáforas.

Mons, a partir del estudio de casos de varias ciudades francesas, establece la trilogía imagen - territorio - comunicación y al respecto dice: “*las imágenes se convierten en el motor de la comunicación; el territorio está delimitado por las imágenes que lo constituyen y se concibe cada vez más en la geometría variable de los intercambios, la comunicación debe situarse genealógicamente en el*

²¹ Un ejemplo paradigmático es Curitiba, como “ciudad sustentable”. En este caso también es notoria la asociación de la idea de la imagen de la marca de la ciudad con su gobernador.

²² Rebollo, Eduardo. Revista Prisma, N° 13 UCUDAL. 2000



desarrollo de la imagen (cultura) y el estallido de las fronteras territoriales (técnicas modernas de difusión), En el contexto contemporáneo los tres términos se han convertido en interactivos y hasta en interdependientes”. (Mons 1994: 20). En la medida en que se hace imperioso el posicionamiento del territorio (tanto hacia el exterior, para cualquier “extranjero a la ciudad” como para sus habitantes, es decir internamente) la comunicación de la imagen de la ciudad o del territorio se torna extremadamente importante. En este sentido las técnicas comunicacionales constituyen un factor decisivo que hay que controlar. Los gobiernos locales montan estructuras y equipos técnicos dedicados a establecer la *comunicación urbana o territorial*. Mediante estrategias comunicacionales se intenta difundir una imagen de marca de la ciudad o del territorio, que la haga distintiva.

Por lo tanto, tanto la configuración de las estrategias que tomen los gobiernos locales, para posicionar los territorios en el escenario mundial de competencia para la captación de turistas, inversiones y capitales, como las políticas de implementen para comunicarla, como la gestión que realicen del turismo, son objeto de este tipo de perspectiva de abordaje del turismo.

3. Desde los Tipos de Turismo

Un abordaje diferente se abre en relación a la tipologización que es posible establecer en torno a los “tipos de turismo”. Es así que Juradao (1992), establece tres tipos principales: el turismo residencial, el turismo de hoteles y el turismo rural. En esta tipología la lógica de la maximización de los beneficios dados por la renta del suelo, utiliza estrategias progresivas de expansión de las fronteras territoriales de influencia del turismo. Otras tipologías avanzan en cual es el tipo de oferta turística de diferentes territorios; cultural, histórica, de aventura, sol y playa, monumental, étnica, etc. En particular en España existe un desarrollo considerable en función de taxonomías del turismo y de las características específicas de cada uno de ellos (Latiesa y Antón, 2000) En el contexto postmoderno, de la instalación de la diversidad y del “otro”, el producto turístico diferenciado es toda una estrategia. Es así que Furtherstone (1997) sostiene la emergencia del “turismo post-moderno”, orientado a la defensa de las identidades locales como las especificidades atractivas para el turismo.



4. Desde las sociedades locales receptoras

Esta perspectiva abarca como las sociedades locales procesan las transformaciones que se producen como consecuencia de la afluencia masiva de turistas, trabajando objetos como la vinculación con personas de otras culturas con las que definen encuentros “transitorios”, como afecta este vínculo las identidades locales, los mecanismos que se desarrollan para preservar la cultura local, nacional o étnica, como se desarrollan actores sociales que tienen como fines explícitos la preservación identitaria y la cultura local, qué efectos negativos tienen sobre el tejido social que tanto se da en relación a los turistas que recibe la comunidad como en relación a los nuevos residentes que en función de las expectativas de empleo de una región que implanta el turismo genera como “atractivo”, y esto puede configurar factores de “desarraigo, y ruptura del tejido social pre-existente” (Filardo, 2000). También es objeto de análisis de esta perspectiva los usos del territorio por parte de la población residente, el acceso de los espacios públicos, la reconfiguración y resignificación de los mismos, una vez que se convierten en “objetos del turismo”. Otras líneas de investigación abordadas hacen referencia a cambios de pautas de comportamiento social asociados al turismo como cambios en la sexualidad, en las estructuras familiares, de la prostitución, del consumo de drogas y alcohol, etc., favorecidas por el tipo de actividades lúdicas, recreativas, sensuales que el turismo explota. Un tema relevante es si para la sociedad local el turismo trae como consecuencia incremento de la desigualdad, referida a dimensiones que aluden a la competencia existente entre las necesidades del proceso de reproducción de las actividades turísticas y los requerimientos de la población para la reproducción de la fuerza de trabajo. Hiernaux (1989) toma como ejemplo “*en Cancún se ha estimado un consumo de 2000 lts/cuarto hotel/día, mientras la zona urbana carece de este servicio*”, pero también se menciona el caso de las viviendas que encarecen las rentas tendientes a captar un uso turístico temporal, frente a carencias de viviendas para su ocupación permanente de la población residente, y el caso del transporte, en que se privilegian las rutas turísticas frente a los recorridos utilizados por la población local.



5. Desde la perspectiva de los impactos del turismo.

Este tipo de análisis privilegia el estudio en los efectos que el ingreso de turistas provoca en diferentes dimensiones. Existen numerosos estudios sobre la dimensión económica del turismo en los que se toman indicadores de empleo local y o regional, en el número de empresas que se establecen intentando explotar los recursos turísticos regionales, los niveles de inversión en equipamiento e infraestructura territorial, las variaciones en el nivel de pobreza, de los precios al consumo, la informalidad laboral asociada al desarrollo del turismo, las transformaciones en la estructura productiva, el producto bruto interno local o regional, ingreso de divisas por concepto de turismo, actividades económicas relacionadas indirectamente, tipo de servicios que se instalan en la región, inversiones extranjeras realizadas en la región orientadas a la explotación de la industria turística, conformación de clusters (articulación con otro tipo de actividades económicas -industria alimenticia, producción agrícola, empresas de servicios, transporte, comunicaciones, etc.)²³. Actualmente existe manifiesta preocupación por los académicos y gestores locales por asegurar un “turismo sustentable” (que supone las dimensiones económica, social, y medioambiental simultáneamente). Muchos estudios hacen referencia tanto a los impactos ambientales, como en los riesgos que el flujo de visitantes y su conducta, supongan para la conservación de lugares, monumentos, paisajes, ambiente, fauna, etc. Desde el punto de vista cultural y social de las sociedades locales, se estudian los efectos en las modificaciones de las pautas sociales, usos costumbres y prácticas culturales, inseguridad y mecanismos de interacción. También en cuanto a las variaciones posibles en la desigualdad social, niveles de pobreza y distribución del ingreso que se registra en los territorios receptores.

Debe hacerse hincapié en que los estudios en esta línea difieren sustantivamente en función del contexto en el que se realice. Vale decir que en las sociedades desarrolladas el impacto medioambiental que produce el turismo no sólo es una preocupación consagrada y regulada incluso jurídicamente, sino que es evaluada sostenidamente y financiadas las medidas para la protección ambiental. En el caso de los países subdesarrollados, el

²³ Estudios realizados por CEPAL privilegian este tipo de enfoque de Cluster. Ver Montero, Cecilia y Parra, Constanza 2002, y Cunha Barbosa, M.A.; Aricó, R. CEPAL 2002.



medioambiente, sin duda tiene un nivel de institucionalización menor (no obstante, la ratificación de los gobiernos de estos países a los convenios internacionales sobre cuidados medioambientales, la regulación internacional de zonas protegidas etc.) Esta diferencia es evidente no sólo en los indicadores convencionales adoptados por la comunidad internacional, sino porque la situación de partida de los países supone diferencias abismales. Por ejemplo téngase en cuenta la capacidad de implementar medidas de protección ambiental de algún país de África, en orden a “proteger los derechos de los que están por nacer” si no están siquiera cubiertas las necesidades básicas y mínimas de los que ya están nacidos, registrando niveles de pobreza y desnutrición brutales.

En este sentido es de orden considerar que los avances en los valores “globales” y de la “ciudadanía” (global?) tienen realmente situaciones muy diferentes. Al igual que se puede pensar para el caso de las biotecnologías, es posible pensarlo para el turismo, si es que éste produce efectos (a corto plazo) que pueden mejorar la calidad de vida, o la situación más inmediata de los pobladores de un país. En este sentido el tipo de estudio y de preocupación en relación a los impactos que eventualmente puede producir el turismo en un territorio, si bien pueden tener una base común, difieren sustantivamente en diferentes regiones y países del planeta.

Es obvio que todas estas perspectivas son válidas en sí mismas, pero que se interconectan, y retroalimentan, y que su articulación no sólo es posible sino necesaria, especialmente en el análisis de los efectos territoriales del turismo.

Es también necesario subrayar que esta clasificación en vectores de investigación, aluden al tipo de problemas que se plantean y a la clase de objeto que construyen. En tanto líneas temáticas no hacen referencia a la perspectiva teórica en que pueden ser abordadas cada una de ellas, que de por sí abre un abanico amplio. Una de las que actualmente configura el núcleo predominante de la producción académica está constituida por el paradigma de la sustentabilidad, que transversaliza estos ejes de estudio del fenómeno turismo.



EL PAPEL DE LOS TERRITORIOS FRENTE AL TURISMO “GLOBAL”

En la década de los 60 y 70 una de las principales preocupaciones teóricas en América Latina giraba en torno a las diferencias existentes entre los países desarrollados y subdesarrollados y de la capacidad de éstos últimos de superar la brecha, permitiendo de este modo una sociedad mundial menos desigual. Surgen, particularmente en América Latina, en ese período conceptualizaciones diversas acerca del desarrollo, y diferentes estrategias para lograrlo. (CEPAL, Teoría de la Dependencia, y otras). A pesar de las diferencias y matices existentes entre las diferentes propuestas teóricas, este período estuvo marcado principalmente por una conceptualización cuya unidad de análisis eran los países. Aunque en algunos casos, se involucrara un nivel de análisis colectivo (como América Latina, etc.) La teoría del desarrollo local y regional, que expande su producción teórica desde mediados de los 80 en adelante, cambia el nivel de análisis: pasa del Estado Nacional a las regiones (Omae, K. 1993). Aún se percibe un cambio en la escala, a nivel más micro en el planteo del desarrollo local. Es así que la articulación entre los procesos de globalización y desarrollo local, se fundamentan como formando parte de la agenda política. Se estimula entonces la implementación de propuestas de descentralización, rompiendo con el esquema altamente centralista de los Estados Latinoamericanos, que implican un viraje en la conceptualización sobre los mecanismos de gestión y planificación del desarrollo. Esto trae como consecuencia que también cambien las instituciones y los mecanismos de planificación del turismo como una estrategia de desarrollo local y regional.

No obstante el consenso académico en la interpenetración entre lo local y lo global, hay propuestas, como la de Villasante (1999) que plantea cuatro niveles diferenciados, que



pueden a su vez trasladarse a la lógica de redes. Si Villasante intenta la diferenciación de ámbitos (y las redes que los constituyen) diferenciados en cuatro niveles, Renato Ortiz propone la idea de la transversalidad. Así diversos autores, trabajan con varios casos (Bayardo y Lacarrieu, 1999) que

“muestran empíricamente la necesidad de introducir la idea de la transversalidad para explicar los fenómenos de la globalización y la localización, conceptualización que se ha generalizado en el campo de los especialistas. Nos referimos a considerar el espacio como un conjunto de planos atravesados por procesos sociales diferenciados. En este sentido la oposición local / nacional / mundial, un dato del sentido común, deben ser vistos en su atravesamiento. Local/nacional/ mundial se entrelazan por tanto de formas diversas, determinando el cuadro social de las espacialidades en su conjunto’ (Ortiz, 1996)”. (Bayardo y Lacarrieu, 1999)

Es así que se visualiza el entramado social - local interpenetrado por otros planos, y éstos son definidos mutuamente y no por exclusión. Las relaciones entre lo global y lo local son múltiples y para trabajarlas es necesario tanto analizar los flujos de los procesos deslocalizados (sobre la base de la disyunción territorio y cultura) como el proceso inverso: “la fabricación del territorio”. Al decir de Giménez *“el territorio es cada vez menos un dato pre-existente y cada vez más un producto, es decir el resultado de una fabricación”* (Giménez, 1996:11). También Bayardo y Lacarrieu abonan esta idea: *“se producen lugares cuando determinados grupos sociales reclaman un reconocimiento peculiar a su condición en relación a un determinado territorio”* (Bayardo y Lacarrieu, 1999: 14)

En este sentido es que la idea de práctica cultural en la producción de un territorio, hace una aportación específica. Desde la antropología, Portal sostiene que territorio es “una construcción histórica y una práctica cultural”, lo que le permite establecer la diferencia entre “vivir en” y “pertenecer a”. Estas consideraciones hacen que Martín Barbero se pregunte: ¿Desde dónde pensar la globalización si es el sentido mismo del lugar el que con ella está cambiando?” (Martín Barbero, 1999). Pregunta legítima incluso en el sentido inverso: ¿como pensar lo local desde el marco de la globalización? Por su parte Featherstone, habla de la complejización de la cultura en la globalización, y la necesidad de redefinir el concepto moderno de cultura, como una unidad, dando cuenta del paralelo de la consolidación de la modernidad y los Estados nacionales. Es por ello que sitúa las transformaciones de modernidad –postmodernidad; de estados nacionales a globalización



(mercado global) y de cultura nacional (única, integradora e integrada) a complejidad cultural como tres ejes que se articulan, y complementan en su análisis. Featherstone habla -entre muchas cosas- de las “múltiples identidades” que hoy caracterizan al campo de cultura (negros y americanos simultáneamente, indios y americanos, etc.) y de la estrechez de la noción o concepto de “cultura” que proviene de la modernidad (útil y funcional a la consolidación de estados nacionales, por otra parte). Luego de discutir la propuesta de Ritzer (1993) sobre la macdonalización de la sociedad como paradigma de la globalización, en términos de la homogeneización del consumo, (lo cual proviene esencialmente de un análisis económico, en términos de reducción de costos, funcionamiento de las empresas transnacionales, adecuación de las necesidades del consumidor al producto, etc.), pero que se traslada al campo cultural (homogeneización del consumo cultural en todo el mundo de un símbolo que claramente denota la cultura americana, así como el consumo de no-lugares, etc.), Featherstone plantea una serie de argumentos que cuestionan la idea de que la única tendencia cultural producto de la globalización sea la homogeneización cultural y el sometimiento de otras sociedades a los mensajes de la cultura dominante.

“ Se a globalizacao assinala a maneira como os avances tecnologicos facilitam a comincacao e a superacao das restricoes devidas a localizacao espacial, em areas as quais a norma era a co'presenca e a comunicacao face to face, sustuinolo-as pela velocidade e facilidade como as imágenes, as pessoas e as coisas podem ser agora trasportadas atraves do mundo inteiro será mesmo que o resultado de tudo isso deverá ser a uniformidade, ou que o padrao de uma cultura global homogeneamente integrada tera de ser o americanizado? Nao será possivel que globalizacao tambem accentue as diferencas o localismo e a complexidade cultural, sem necessario prognóstico de uma transformacao ou integracao final?. (Featherstone, 1996: 111)

A partir de ello, el autor mencionado desarrolla lo que llama el “**turismo posmoderno**” o “**el pos-turismo**”, haciendo justamente referencia a la captación del turista en base a características particulares y específicas del lugar que visitan, utilizando la búsqueda de experiencias nuevas, distintas, en un entorno “natural”, diferente al que residen, vivenciar lo auténtico o su simulación, como el atractivo principal. (Featherstone, 1996, 114)²⁴. Desde el punto de vista de los turistas (demanda) existe esta tendencia, pero

²⁴ Lo cual contrapone a la tendencia tradicional de considerar el turismo como un movimiento migratorio transitorio, donde las personas que se mueven esperan encontrar los mismos referentes (mas un plus, básicamente asociado a sol, arena y mar), a los que están habituados. (posibilidad de la misma comida, misma bebida, mismas o mejores comodidades, todas ellas pertenecientes a su cultura occidental)



también desde el punto de vista de determinadas localidades (culturas específicas, o “tribus”), que constituyen la oferta de este tipo de lugares turísticos, esta es una estrategia que desarrollan para captar ingresos que les permitan mantener viva su identidad.

Por tanto el proceso de globalización que ha marcado a fuego, los últimos años de la producción académica, y que no puede dejarse de considerar en prácticamente ningún objeto de estudio de las ciencias sociales, ha conducido asimismo a la revalorización de otros planos, que son la contrapartida del análisis territorial y particularmente en el estudio de impactos en los territorios dados por el turismo global: en principio el plano local, y el municipal²⁵ ya que en este nivel es en el que por lo general se definen las políticas turísticas que aluden a la especificidad de los “territorios turísticos”, al plano nacional, dado que también existen políticas centrales de promoción turística institucionalizadas en Ministerios de Turismo, por ejemplo, y a la articulación entre ellos (transversalidad de la propuesta de Ortiz y otros), que pueden verse en los proyectos multiregionales privilegiados en la reestructuración de los Fondos Estructurales de la Unión Europea, por ejemplo, a través del programa Leader. (FAO, 2003)

Así como se entiende el proceso de globalización como la internacionalización de actividades, mercados y consumos, pero también “competencias” en determinados lenguajes (estéticos, comunicaciones, especialmente relacionados con los mass media), deben tomarse en cuenta también otros fenómenos que son la contraparte de éstos, o si se quiere, el síntoma de estos.

“antes de tomar o asumir ciertos sentidos que parecen fluir de la palabra globalización, que no existe una distribución uniforme de actores económicos y sociales homogéneos esparcidos por el globo, desde los cuales se emiten y reciben mensajes, bienes y servicios, sino que en todos los órdenes y planos de la tal globalización predominan pluralidades y asimetrías vinculadas con la concentración desigual de la riqueza, de la tecnología, y del poder, incluyendo la concentración de la capacidad de emisión de los mensajes, sean éstos de orden financiero, informático o relativos a las industrias mass mediáticas”
(Margulis, 1996: 8)

²⁵ En el caso de Uruguay o de Ayuntamientos en el caso de España.



En el orden de discutir con Margulis como revertir las tendencias a la desigualdad que van de la mano a las de “homogeneización” de consumo, - y que va de suyo deben formar del análisis de los procesos de la globalización -, es posible plantear que éstas deberían fomentar (entre otras cosas) la capacidad de “producción de mensajes” de las sociedades locales. En definitiva tener capacidad de “emitir mensajes particulares”.

Pero lo que se discute aquí es la capacidad de emisión de mensajes no sólo debe ser analizado en el orden económico, puesto que si lo económico es uno de los elementos que producen globalización, es también un efecto de la globalización, (a su vez es causa y producto). Por tanto, el factor económico es uno de los que constituyen este proceso, pero no es el único que lo conforma. Los mensajes pueden ser de otro orden, en particular de orden cultural.

Por otro lado, la identidad, que nunca es fija, sino que necesariamente es relacional (me diferencio de otro), supone que la diferencia depende, en cierta medida de los límites que el otro también define. Dicho de otro modo, si “el otro” (el “distinto de mi”) se mueve, necesariamente produce movimiento en mi propia identidad, en la medida en que quiera permanecer diferente.²⁶

Ahora bien la conexión micro-macro en la dinámica de la globalización, va mas allá de la diferenciación de las escalas local y global. Esto significa que en la medida en que una sociedad local sea capaz de emitir mensajes, se supone en principio la sociedad local (emisora del mensaje), y necesariamente el nivel global (que lo puede recepcionar). Dicho de otra forma no habría emisión sin receptor. Esto supone de hecho un vínculo con el nivel

²⁶ “La cultura – la visión más débil y secular de eso llamado religión-. No es una sustancia o un fenómeno propiamente dicho: se trata de un espejismo objetivo que surge de una relación entre, por lo menos dos grupos. Es decir que ningún grupo “tiene” una cultura sólo por sí mismo: la cultura es el nimbo que percibe un grupo cuando entra en contacto con otro y lo observa. Es la objetivación de todo lo que es ajeno y extraño en el grupo de contacto. (...) una “cultura” es el conjunto de estigmas que tiene un grupo a los ojos de otro (y viceversa)x. Pero dichas marcas son más a menudo proyectadas en la “mente ajena” bajo la forma de ese pensamiento del otro.(...) Cuando hablamos de “nuestra propia cultura” dice Zizek, “puede indentificarse como la recuperación de la visión del otro sobre nosotros, de ese espejismo objetivo por el cual el Otro se ha formado una imagen de nosotros como “poseedores” de una cultura. (...) La cultura entonces debe verse siempre como un vehículo o un medio por el cual se negocia la relación entre los grupos. Si no se está atento y se la desenmascara siempre como una idea del Otro (aún cuando la reasuma para mí), se perpetúan las ilusiones ópticas y el falso objetivismo de esta compleja relación histórica” (Zizek, 1998:102-103)



macro que rompe con la idea de fijación de cualquier identidad local, (y también de cualquier cerramiento o exclusión de otros en función de la diferencia) en la medida en que por definición debe partirse de la capacidad de compartir códigos que hagan posible la comunicación, o de hecho vehiculen el mensaje.

En palabras de Margulis *“el intercambio de productos, la mundialización de algunos bienes o servicios bancarios (tales como la coca cola, el automóvil o los servicios bancarios), requieren también previamente de sistemas de percepción y apreciación compartidos, códigos comunes, una cierta estandarización en los signos, valores y ritmos. El consumo avanza sobre la cultura, mas aún, se inserta en ella. Cada nuevo producto coloniza un espacio semiológico, se legitima en un mundo de sentidos y de signos, arraiga en un humus cultural”* (Margulis, 1996: 8)

Ahora bien, el análisis de la relación global – local en el caso de localidades que ingresan al circuito turístico, necesariamente las insertan en este ámbito de la hibridización. Una interpenetración múltiple de niveles, escalas y dimensiones en este proceso.

“Uno de los grandes temas que plantea la globalización en el plano de la cultura es la intersección de lo global con lo local. El nivel de las identidades, su evolución, y nuevas formas de emergencia, la hibridación. Todo nuevo producto, y más bien producido por una empresa mundial para el consumo en diversos ámbitos, coloniza un territorio cultural, influye sobre las costumbres, los hábitos, los gustos y los valores, requiere un capital cultural para su uso y con frecuencia inicia una cadena de nuevos mensajes” (Margulis, 1996: 9)

Pero por otra parte, esto nuevamente supone la necesidad de incorporar el análisis de cómo la comunidad local incorpora nuevos elementos, o los “productos globales”. Como se apropia de sentidos, y que lugar les da a en su trama de significados. *“Los consumos no son uniformes, la gente decodifica productos y mensajes en el marco de su cultura local, sus condiciones de vida, y de relación y de su capital simbólico.”* (Margulis, 1996:9).

Esta trayectoria lógica conduce a la visión de distintos niveles de códigos que se superponen: y que tienen diferente alcance espacial. Un primer nivel podría situarse en pequeños grupos que comparten contraseñas identificatorias (tribus por ejemplo) un segundo nivel serían “códigos más amplios que abarcan zonas urbanas o regiones que participan de un mismo lenguaje, memoria, costumbres, valores, creencias y tradiciones”, un último nivel “ámbitos de lo cultural vinculados a la irrupción de la globalidad en el



plano local, dentro de la esfera de los consumos de productos de todo orden- incluidos los massmediáticos- que requieren de competencias particulares y que originan formas particulares de metabolismo y aplicación de los lenguajes, significados, valores, y ritmos implícitos en los productos. Y esas tramas culturales superpuestas están en constante intercambio y transformación, sumidas en procesos de cambio y en luchas por la constitución e imposición de los sentidos que, por supuesto, no están desvinculadas de las pujas y conflictos que arraigan en la dinámica social”. (Margulis, 1996: 10)

Procesando la idea de los diferentes niveles superpuestos de universo de sentido, a su vez, con diferente correspondencia espacial, es que necesariamente debe verse el proceso de constitución de la identidad local, como resultante de la articulación de estos diferentes universos de sentido (más o menos locales y globales cada uno de ellos).

Sin embargo, un elemento que no considera Margulis y que cobra especial relevancia es la **temporalidad** de los procesos. Estos diferentes niveles que se superponen no ingresan simultáneamente, al universo de sentido de una comunidad local, ni sus interconexiones recíprocas están determinadas de una vez para siempre. Sino que justamente evolucionan (cada uno de ellos) y especialmente la articulación que establecen entre sí. En este caso la unidad espacio-tiempo o espacio temporal parece más relevante que exclusivamente la dimensión espacial, particularmente a la hora del análisis de los efectos sobre la identidad local.²⁷

²⁷ Parece conveniente a los efectos de la planificación, que es un área que se desarrolla en paralelo a la que estamos desarrollando, y en consideración con el tema específico de la evaluación, considerar Incluir la noción de la capacidad de emisión de mensajes, que suponen procesos identitarios, como indicadores de evaluación de un proceso de desarrollo puede ser entonces relevante. Esta capacidad de “emitir mensajes” contiene a su vez diferentes aspectos o dimensiones (se pueden emitir mensajes simbólicos, culturales, económicos, productivos, etc). Una propuesta de desarrollo local, debiera contemplar la producción de mensajes en diversos órdenes y no necesaria o exclusivamente la dimensión económica. Con esto se articula el planteo de González y Camarero (1999) en que los contenidos de las mercancías son cada vez más simbólicos que materiales, y que por lo tanto, se pueden producir “mercancías” a partir de la construcción de un significado para ellas. Más precisamente una producción simbólica puede disparar incluso un proceso de “producción material” y de realización material, -en el sentido de realización de la mercancía - , asociada con ella. Desde otro ángulo, este tema, también es tratado en Futherstone, (1993) quien argumenta la potencialidad de una planificación estratégica de desarrollo basada en el turismo cultural, es decir donde se “venda” la cultura local, y las identidades locales, elemento que funciona para algunas regiones como el principal factor para la captación de turistas. Para ello, efectivamente la elaboración de mensajes en este orden, es un factor fundamental. Por otro lado, una metodología de evaluación de proyectos debería contener la noción de la capacidad de la comunidad local en torno a recepcionar mensajes. Es probable que los dispositivos de evaluación de impacto de programas de desarrollo local aún no estén lo suficientemente desarrollados como para incorporar la idea de hibridación. Esta noción aún es polémica. La discusión de la identidad local es un tema enorme que aún no se ha cerrado. En este terreno se opera aún en franco debate, y la idea que parece privilegiada y todavía hegemónica es la de identidad local basada en la defensa de las tradiciones.



Hasta aquí se ha hecho un recorrido por diferentes marcos analíticos y conceptuales. Se han planteado debates que remiten a los procesos de globalización y a su desigualdad intrínseca; al turismo como fenómeno global pero que muestra diferencias inherentes a su interior; y al papel de los territorios como ámbitos receptores de turistas con características particulares que requieren de gestión. Sin embargo, las opciones realizadas en esta investigación se enmarcan en la discusión de la desigualdad y pretende dar cuenta de la diversidad de los territorios²⁸ y de la diversidad de los “turismos”.

El turismo planteado de este modo -en singular-, esconde los matices, perfiles y características diversas que lo definen, y que -se hipotetiza- connotarán diferencias en los efectos que produzca en los territorios receptores. Es por eso que se propone pluralizar el término –turismoS- de tal forma de nominar y reconocer las diferencias y las particularidades. De forma análoga se propone operar con los territorioS. Esta estrategia, permitirá entonces identificar y sustanciar las relaciones que existen en un determinado territorio (unidad territorial) entre sus características (mercado de empleo, migración, desigualdad social, pobreza) y el turismo –específico- que recibe. La comparación entre unidades territoriales (provincias andaluzas y departamentos o grupos de departamentos en Uruguay) habilitará la discusión sobre la pertinencia de premisas generalistas o universales sobre los “impactos del turismo”, así como abrirá el campo de debate hacia las potencialidades de los territorios para la gestión del turismo que reciben.

²⁸ Aún siendo éstos considerados como “unidades territoriales” (provincias andaluzas y departamentos o grupos de departamentos de Uruguay), es decir una construcción político-administrativa, y no identitaria necesariamente (aunque razonablemente lo sea en gran medida). Vale decir que no se pretende aquí dar cuenta de la subjetividad de los habitantes en relación al sentido atribuido al territorio ni a la percepción social de los efectos que el turismo genera en éste. No constituye centralidad para el trabajo si existen diferencias al interior de una misma unidad territorial en cuanto a estas percepciones o representaciones. El objeto de esta investigación se sitúa en otro orden de interrogantes, no obstante lo cual no se objeta la pertinencia de este tipo de abordajes.



PROBLEMA – OBJETIVOS – ESTRATEGIA

Problema de investigación

El trabajo está orientado a captar las distancias entre diferentes “territorios” (unidades territoriales) a partir cómo se presenta en ellos la dinámica del mercado de empleo, la estructura de éste, la migración y la desigualdad social. Dentro de las dimensiones que aluden al territorio se hace énfasis en el turismo internacional que recibe. Esto permitirá caracterizar el “tipo” del turismo. Estudiar las relaciones que se establecen para cada unidad territorial las características del territorio (las dimensiones consideradas) con el turismo que recibe, permite dar cuenta de los eventuales efectos de éste. Establecer las similitudes o diferencias que se encuentren entre las unidades territoriales estudiadas, permitirá construir aglomerados o “tipos de territorios”, útiles a los efectos de tipologizar a su vez medidas de gestión del turismo.

El análisis de dos casos ubicados en contextos muy diferentes, Andalucía y Uruguay, -si bien la justificación de ello se detalla más adelante-, no sigue el patrón estricto de una estrategia comparada. Sin embargo, se mantiene la idea de una “clave comparada” en la medida que pueden analizarse las diferencias y similitudes de los resultados obtenidos en los dos casos, que permitan levantar hipótesis sobre la determinación de los “contextos” a los que cada uno remite. Esta opción permite dar cuenta de las interrogantes planteadas anteriormente acerca de cómo opera el grado de desarrollo de los países o los territorios estudiados y de la legitimidad de su comparación.



Puntos de partida:

1. El esquema del modelo turístico como *pasaporte al desarrollo* se implementa de manera globalizada a mediados de los 50 con la creación de las organizaciones mundiales en torno al turismo, que impulsan esta actividad como mecanismo fundamental para los programas de desarrollo. Sin embargo no han sido aún estudiados en profundidad los alcances y los impactos sobre los territorios (en particular en América Latina) de tales modelos y/o políticas de manera de tener una idea cabal de sus resultados. Se pretende contribuir a precisar las relaciones existentes entre turismo, migración, mercado de trabajo y desigualdad social en las diferentes unidades territoriales estudiadas.
2. Por otra parte el gran impulso que se ha dado al turismo en las estrategias de desarrollo regional, no ha sido acompañado de un estudio sistemático y riguroso en relación a las otras alternativas posibles (priorizando otros sectores por ejemplo).
3. Como gran parte de los estudios de desarrollo local y regional lo demuestran, el turismo produce efectos socio-territoriales diferenciados y no se ha conseguido aún modelizarlos en razón de variables significativas.
4. Es difícil atribuir a un modelo de desarrollo basado en el turismo resultados en relación al territorio. En algunos casos se ha demostrado alta fragmentación social, desmantelamiento del aparato productivo regional, depreciación del medio ambiente, volatilización de recursos, dependencia externa²⁹, mientras que en otros casos ha sido un modelo exitoso, con alta sustentabilidad ambiental, crecimiento económico y social, apropiación local de los beneficios que produce la actividad.
5. **El objeto de este trabajo enfoca en las relaciones entre turismoS y territorios (receptores).**

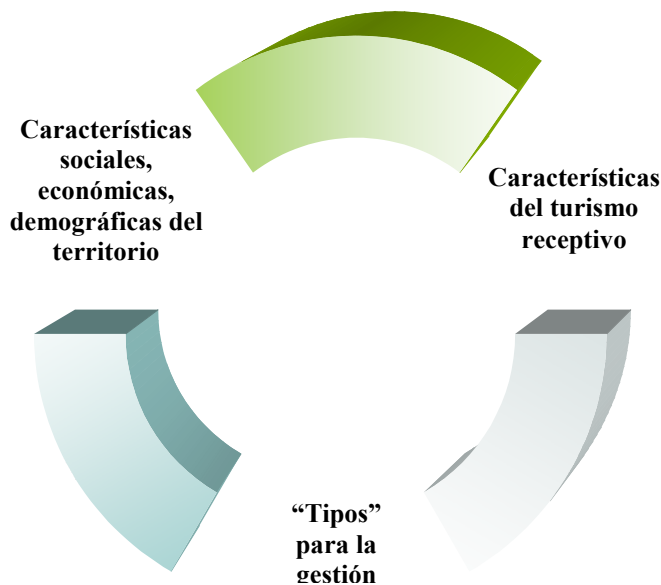
²⁹ Los casos de Cancún (México) y Río de Janeiro (Brasil) se presentan sistemáticamente como ejemplos de agotamiento del modelo de desarrollo turístico. Otros casos como Curitiba (Brasil), y Bermuda como exitosos, aunque en función de distintos criterios. (De Kadt, 1979)



Hipótesis:

1. Las “estructuras latentes” que determinen las relaciones entre turismo receptivo, mercado de trabajo, de desigualdad social y migración permiten establecer diferencias en las diferentes unidades territoriales analizadas.
2. Pueden construirse “tipos” en función de las relaciones determinadas entre turismoS y territorioS, que permita clasificar unidades territoriales. La construcción de dicha tipología es útil para distinguir situaciones y ajustar la gestión del turismo en función de ello.

Esquema conceptual



La puesta en relación de las características del turismo internacional receptivo, y la configuración social, económica y migratoria de un territorio, permite ubicar a los territorios en función de estructura latente que se identifique a partir de dichas relaciones dadas entre las dimensiones. Se pretende con ello generar conocimiento que sea insumo útil a la hora de diseñar políticas territoriales de planificación y gestión del turismo.



El análisis de los casos de Andalucía y Uruguay, en clave comparada habilita el desarrollo teórico sobre el fenómeno turístico en diferentes contextos de desarrollo (países desarrollados y países en vías de desarrollo), y busca aportar elementos para distinguir sus efectos en situaciones muy diversas en el globo (un caso de estudio se ubica en Latinoamérica y otro en Europa).

Objetivos

Objetivos generales

- *Contribuir con insumos útiles a la gestión territorial (con énfasis en turismo), en particular a partir del estudio de las relaciones que el turismo internacional receptivo sostiene con algunas dimensiones que caracterizan el territorio.*
- *Avanzar en una propuesta metodológica para el estudio de estas relaciones (entre turismo-territorios) y de los requerimientos de información necesarios para ello, que también compete a la gestión territorial.*

Objetivos específicos

- Analizar las relaciones existentes entre un conjunto amplio de variables correspondientes a diferentes dimensiones (socio-demográficas, económicas y el turismo), en las unidades territoriales consideradas en cada uno de los casos (Andalucía y Uruguay), dando cuenta de las estructuras latentes que se derivan de ellas.
- Estudiar las estructuras latentes de ambos casos (Andalucía y Uruguay) en clave comparada.
- Caracterizar las unidades territoriales de cada caso, de forma de determinar las especificidades y distancias entre los conglomerados que se conformen (a partir de las puntuaciones que obtengan en la estructura).



Estos objetivos se ordenan en torno al punto de partida: los impactos del turismo son diferenciales en los territorios, y se intenta establecer una estrategia metodológica que permita captar tales diferencias. En este sentido se pretende contribuir a un conocimiento más preciso para el diseño de políticas territoriales, dando cuenta de lo que sucede en cada territorio y la especificidad de las relaciones entre el turismo y mercado de trabajo, inmigración, pobreza y desigualdad social.

Estrategia Metodológica

La hipótesis de partida supone que el turismo internacional receptivo se relaciona diferencialmente con diversas dimensiones de los territorios: el trabajo consiste en determinar “tipos de territorios” en función de las posiciones que éstos ocupen en la matriz relacional encontrada.

Se seleccionan dos casos de estudio: Andalucía (España) y Uruguay. Si bien en la idea inicial se pretendía un estudio comparativo, éste, a medida que avanzamos en el proceso de investigación, requiere ser relativizado, dado que la información disponible para ambos casos es de carácter sustancialmente diferente, como se desarrollará a continuación.

Se elabora en consecuencia una estrategia de aproximación sucesiva (comienza con el mismo modelo para ambos casos y continua con modelos de autonomía relativa para cada caso). Esto no obsta para luego “mirar” las conclusiones extraídas para cada uno en *clave comparada*.

Para lograr a los objetivos propuestos, se ha tomado un *set* amplio de variables para medir las relaciones que se sostienen entre ellas en las diversas unidades territoriales estudiadas, para cada uno de los casos (Andalucía y Uruguay).

Como primer paso se ha efectuado un **análisis factorial** del conjunto de variables consideradas, para las unidades territoriales estudiadas en cada caso, utilizando el método de componentes principales. El objetivo del análisis factorial es identificar los componentes



o factores con la intención de “reducir” a un número menor de dimensiones, que puedan a su vez ser interpretables, el conjunto inicial y extenso de variables.

La técnica “análisis factorial” se clasifica como un procedimiento de análisis multivariable que analiza la relación mutua (o de *interdependencia*) entre varias variables. No distingue entre variables independientes y dependientes, y su principal objetivo no radica en el análisis de relaciones causales, sino en la agrupación de variables, en función de la variabilidad que cada variable comparte con otras. (Cea D’Ancona, 2002:427)

Al ser entonces el objetivo de esta técnica el análisis de la correlación existente en una serie de variables, su propósito está en descubrir si comparten una *estructura latente* (no directamente observable) Las dimensiones que conforman esta estructura latente está dada por los componentes o factores identificados que deben ser interpretables, y permitirán ubicar en función de éstas a las unidades territoriales.

Técnica: Análisis de Componentes Principales

El ACP busca combinaciones de las p variables originales consideradas, en un número sustancialmente menor de k variables no observadas (latentes), o *componentes*. Se pretende de esta forma reducir la dimensionalidad del conjunto de variables iniciales, conservando la mayor parte de la información proporcionadas por ellas. Por tanto se trata de explicar la mayor proporción de la varianza total de las variables observadas o iniciales con el menor número de componentes. (a partir de ello es que se ubica como una técnica de reducción de datos)

Estos componentes son independientes, es decir no están correlacionados entre ellos, lo que equivale a decir que son ortogonales. Esta propiedad permite interpretarlos como “dimensiones” diferentes en los datos. Así como los componentes deben ser independientes entre ellos, las variables originales deben estar altamente correlacionadas entre sí.



Son necesarias una serie de consideraciones previas a la presentación de los resultados de este análisis, que pueden ordenarse en

1. Consideraciones sobre las unidades

Nuestro objetivo en analizar las 8 provincias de Andalucía por un lado y las 6 unidades territoriales turísticas para el caso de Uruguay por otro, identificando las estructuras latentes a partir de los datos, determinar “tipos” en función de las posiciones que cada provincia/unidad territorial turística adquiera en esta estructura dada por los componentes factoriales extraídos.

Sin embargo, la posibilidad de la utilización de la técnica requiere que el número de unidades sea mayor que el número de variables. Por otra parte el análisis se enriquece si fuera posible incluir en el análisis de la variable tiempo, para generar relaciones y en consecuencia una estructura latente más robusta, que la se obtendría en el caso de considerar exclusivamente un punto temporal (año).

Esto hace que para el caso de Andalucía se consiga trabajar con 64 unidades (8 provincias por 8 años) y para el caso de Uruguay con 42 casos (6 unidades territoriales turísticas por 7 años)

2. Consideraciones sobre las variables

Las variables seleccionadas responden en primer término a un sentido conceptual, remitiendo a una de las dimensiones que se pretenden relacionar: turismo, mercado laboral, migración y desigualdad social.

Desde lo técnico, las variables incluidas deben proveer una matriz íntegra (sin valores perdidos) para cada una de las unidades en el periodo considerado. Dado que algunas de las que se seleccionaron en primera instancia como aptas conceptualmente, no cumplían con esta condición (número de plazas de restauración para 2005 por ejemplo) no pudieron incluirse)

El nivel de medición de las mismas debe ser de intervalo y deben ser continuas.



3. Consideraciones sobre la técnica de análisis

La técnica de Análisis de Componentes Principales permite encontrar “estructuras latentes” en el conjunto de las variables que se integran al modelo. No está orientada a determinar causalidad (aunque muchas veces se usa heurísticamente con este propósito) sino que permite la reducción de datos, extrayendo componentes que explican en mayor proporción la varianza observada en un conjunto mayor de variables. Categorizada como una técnica de interdependencia, permite, a partir del uso concreto de la base empírica de la matriz de datos, encontrar esos ejes estructurales, reduciendo al extraer los componentes, el número de variables (factores) a considerar para la clasificación de las unidades. Por otra parte, permite “interpretar” cuáles son éstos, es decir, cuál es la estructura o patrón que subyace en la matriz de datos inicial.

“El análisis factorial es un método de análisis multivariante que intenta explicar – según un modelo lineal- un conjunto extenso de variables observables mediante un número reducido de variables hipotéticas factores. Se parte de una población donde operan un conjunto de variables observables, y se trata de encontrar varios factores comunes a dichas variables que descubran la estructura latente de esa realidad. Para ello todas las variables que forman un factor deben estar correlacionadas y –a la vez- ser relativamente independientes del resto de las variables. En definitiva el objetivo del análisis factorial es identificar un número relativamente pequeño de factores que pueden ser utilizados para representar la relación existente entre un conjunto de variables intercorrelacionadas, con una pérdida mínima de información”. (Díaz de Rada, 2002: 91)

Los componentes que se extraigan de la aplicación del ACP son independientes entre sí.

La identificación de esa estructura latente (dada por los componentes), para el caso de nuestro objeto responde a: ¿Arrojan los factores obtenidos elementos para evaluar la relación existente entre el turismo y algunas de las características de los territorios? ¿Es posible encontrar los ejes sustantivos que habiliten a clasificar las unidades territoriales turísticas?



Se han tomado para la realización de este análisis algunas decisiones de carácter técnico que hace falta explicitar:

- **Estandarización o tipificación de las variables observadas**

Con el fin de neutralizar el efecto que la unidad de medida de las variables pueda tener en la ponderación de los componentes, se han estandarizado las variables originales antes de efectuar el análisis. Dado lo cual las variables serán todas z-score. Este procedimiento técnico por otra parte, facilita la comparación de las variables y evita otorgar peso diferencial a las variables de mayor variabilidad. (La varianza depende de la unidad de medida, y a su vez las variables de mayor varianza logran mayor peso en los factores o componentes).

- **Utilización de la matriz de correlaciones para la interpretación**

Se analiza la matriz de correlaciones y no la de covarianzas, dado que las variables han sido estandarizadas.

- **Pruebas de pertinencia del análisis factorial para el conjunto de datos.**

Se considera aquí el valor del determinante de la matriz de correlaciones entre las variables estandarizadas para ambos casos, la prueba de Barlett y el KMO. Así también se estudia la matriz de correlaciones anti-imagen para verificar la pertinencia de la inclusión de cada una de las variables observadas estandarizadas en el modelo (prueba de adecuación de la muestra de variables individuales)³⁰.

Cada uno de los pasos realizados para el análisis remite al detalle particular de las decisiones obtenidas en cada caso, como se documenta en los capítulos siguientes.

³⁰ Para el caso de Uruguay como se verá oportunamente, ha sido a partir de ello – la no superación del valor 0.50 en estos coeficientes) que se eliminan variables (teóricamente consideradas sustantivas) del modelo factorial.



En definitiva el análisis factorial por componentes principales nos permitirán contestar las siguientes preguntas:

¿Cuál es la estructura latente del conjunto de variables dado para cada uno de los casos (Andalucía y Uruguay)?

¿Cómo se ubican las unidades turísticas en esta estructura latente? (provincias para el caso de Andalucía y departamentos o conjunto de departamentos para el caso de Uruguay)

4. Consideraciones sobre el tratamiento del “tiempo” en el análisis.

La conformación de unidades complejas (territorio-año) contribuye a la comprensión sobre cómo juega la dimensión temporal en el análisis, en la medida que se logra discriminar el comportamiento de cada zona turística en cada momento de la serie (año).

El promedio de los valores de cada una de las variables para el periodo considerado para cada unidad territorial se considerará **punto suplementario** (pasible de ser utilizado en la comparación gráfica del comportamiento de cada unidad territorial) sin que por eso se incluya en el análisis como un caso. Vale decir entonces, que los puntos suplementarios se utilizan como referencias para la interpretación contextual, sin que por eso formen parte de la información original utilizada para el cálculo de los componentes. (Escofier y Pagés, 1992)

Los scores en cada componente de los puntos suplementarios se calculan con el valor medio de la serie de cada una de las variables y los coeficientes de la matriz para el cálculo de puntuaciones de componentes. Esta matriz muestra los coeficientes a partir de los cuales se calcularon los valores que adquieren los factores (variables sintéticas) para cada una de las unidades de análisis. El procedimiento para el cálculo de los mismos que se utilizará aquí es el de regresión (que es el que por defecto aplica el SPSS) Los factores o componentes actúan como variable dependiente (en cada ecuación lineal) y las variables observadas como las independientes.



Gráficamente los puntos suplementarios permiten ver como se ubica cada territorio respecto a su valor medio de la serie en cada componente, lo que da una idea más clara de su evolución en el periodo considerado.

Lógica del proceso

En la medida que nuestro objetivo se centra en la clave comparada de Andalucía y Uruguay para estudiar las relaciones que se establecen entre variables relativas a la dimensión turismo y a otras dimensiones en cada uno de los casos, se partirá de un modelo simple y pasible de ser aplicado en los dos casos a comparar. Dicho modelo considera dos dimensiones: en primer lugar variables relativas al turismo y en segundo lugar variables relativas al mercado de empleo, de cada una de las unidades territoriales consideradas.

Una vez aplicado el modelo más simple en ambos casos, se incluirán para el caso de Andalucía nuevas variables que son indicadores de la misma dimensión (que no están disponibles en el caso de Uruguay) para ver hasta qué punto modifican los resultados que se obtienen del primer modelo.

En tercer lugar se analizan modelos diferenciales para el caso de Uruguay y el de Andalucía. En el primer caso se incluye la dimensión “desigualdad social” y en el caso de Andalucía la dimensión “demográfica”. No es posible comparar estos modelos puesto que las variables respectivas no están disponibles para alguno de los dos casos. Sin embargo la estrategia permite ir procediendo por aproximaciones sucesivas y cada uno de los resultados ilumina la comparación.

En el primer modelo que es común a los dos casos se incluirán las siguientes variables:

Dimensión mercado de trabajo

1. tasa de actividad
2. tasa de ocupación / tasa de desempleo
3. tasa de empleo /tasa de desempleo o tasa de paro



4. porcentaje de ocupados en servicios en la población de ocupados
5. porcentaje de ocupados en el sector industria en el total de ocupados
6. porcentaje de ocupados en el sector agrícola en el total de ocupados³¹

Dimensión turismo

1. número de visitantes
2. número de visitantes/población residente
3. estacionalidad (porcentaje que representan los visitantes recibidos en el primer trimestre del año en el total de los visitantes anuales)³²
4. días de estadía
5. gastos en dólares realizados por turistas (que equivalen a ingresos por concepto de turismo para cada una de las unidades)³³

³¹ No se incluye en el modelo por ser combinación lineal de las dos anteriores.

³² La variable estacionalidad es construida como el porcentaje de turistas que recibe la unidad territorial en el primer semestre en el total de turistas que reciben en el año. Es un indicador que permite ver el peso que adquiere el turismo de temporada estival (turismo de sol y playa). Para el caso de Andalucía no se cuenta con información que haga posible la construcción de esta variable, ya que no están disponibles los datos del ingreso de turistas por trimestre, sólo se dispone de la información agregada a nivel anual.

³³ Para el caso de Andalucía se optó por incluir la variable gasto por día promedio, que es la que habitualmente se utiliza y que para el caso es alternativa dado que de construirse ésta para el caso de Uruguay debería eliminarse gasto en US que realizan los turistas. Como se ve el modelo incluye además días promedio de estadía y número de visitantes, por lo que gasto por día por persona es una combinación lineal de las otras tres.



CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

El doctorado al cual responde esta tesis fue realizado gracias a la obtención de una beca otorgada por el Programa ALFA II REDITIR. Inscrito en las condiciones de la beca, las tesis derivadas del programa deberán desarrollar estudios comparativos entre casos de la Unión Europea y América Latina, en la temática de estudios territoriales.

Por tal motivo se definen como casos de estudio: Andalucía (Comunidad Autónoma de España- Unión Europea) y Uruguay (país de América Latina).

La realización de un estudio en clave comparada de territorios que asumen propiedades y características en extremo diferentes, ha significado un desafío, que se traduce en problemas prácticos de múltiples órdenes.

El primero de ellos lo constituye la definición de una estrategia de investigación que permita efectivamente la comparación. Para ello se consideró pertinente la captación de la estructura latente existente entre las variables a considerar, minimizando las diferencias de las magnitudes de las mismas. Independientemente de las diferencias en los valores (para lo cual entre otros motivos se optó por estandarizar las variables) lo que importaba captar era la relación existente entre ellas.

Sin embargo, lo anterior no soluciona el problema de la obtención de los datos para realizar el análisis. En el caso de Andalucía se utilizó el Sistema de Información Mutiterritorial de Andalucía (SIMA) que recoge información referida a provincias



ordenada en diversos ejes temáticos, compilando diversidad de fuentes oficiales que aseguran la confiabilidad de la información. De hecho el sistema provee datos desagregados hasta el nivel municipal y agregados hasta por países de la UE. La mayoría de ellos cubren series temporales extensas. Para el caso de Uruguay se plantea una situación muy distinta. No existe un sitio donde se compilen diferentes fuentes información confiable y de acceso libre³⁴. Se encuentran serias restricciones para sostener series temporales de datos (ejemplo en el tema migración que por mala calidad de la información obtenida se discontinua el relevamiento de este tema eliminándolo del instrumento Encuesta Continua de Hogares a partir del 2001). En segundo lugar la única fuente de información de variables de turismo es la Encuesta de Turismo Receptivo que realiza el Ministerio de Turismo de Uruguay. En esta encuesta el único corte territorial que se realiza es lo que se considera “destino” que categoriza como tales tanto localidades, como departamentos o grupos de departamentos. En “otros” figura la mayoría del territorio nacional.

La incompatibilidad de la información obtenida en ambas fuentes de información (Encuesta de Turismo Receptivo – Ministerio de Turismo- y Encuestas Continuas de hogares –INE-) obliga a tomar algunas medidas de reagrupamientos territoriales en ambos casos para poder vincular la información proveniente de ambas a unidades territoriales, dado que la mínima unidad territorial para el caso de la Encuesta Continua de Hogares a desagregar es departamento y sólo refiere a población urbana³⁵.

Por otra parte, la política del Ministerio de Turismo no permite la disponibilidad de los microdatos de Encuesta de Turismo Receptivo, a pesar de múltiples gestiones realizadas. Esto obliga a trabajar exclusivamente con los datos tal y como se publican. En este caso la discontinuidad de las series es más pronunciada que en la Encuesta Continua de Hogares y remite a decisiones no técnicas, ya que ello no es necesariamente atribuible a la obtención de la información ni a la calidad de la misma. A partir de solicitudes concretas de reprocesamientos específicos a la Oficina de Estadística del Ministerio de Turismo³⁶,

³⁴ A pesar que la situación cambia con la puesta on-line a partir del 2006 de determinadas fuentes de información (básicamente Encuestas Continuas de Hogares) por parte del Instituto nacional de Estadística (INE)

³⁵ Los criterios y procedimientos realizados se presentan en detalle más adelante.

³⁶ Agradecemos por la disposición a procesar y enviarnos la información solicitada para varios años a Víctor Sosa, responsable de la División Estadística del Ministerio de Turismo de Uruguay.



hemos contado con algunos cuadros que no fueron publicados en los Anuarios de Turismo que publica el Ministerio -que por otra parte tienen atrasos en su difusión-.

Un punto central al tema de la información al que se aludirá más adelante con más detalle refiere a las diferencias en los sistemas de indicadores priorizados por los sistemas oficiales de producción de estadísticas de ambos países. Más que una restricción a esta investigación –que sin duda existió y obligó a diseñar estrategias de acercamiento gradual para sostener una comparación entre ambos casos- el dato resulta de interés dado que los sistemas estadísticos nacionales reflejan los intereses de lo que merece ser medido en una sociedad. Responden por tanto a decisiones técnico-políticas.

Las estadísticas sirven como punto de apoyo para el diagnóstico, para la planificación, para la gestión y la evaluación de las acciones del Estado, de los gobiernos (nacionales y locales) y constituyen también una herramienta para el efectivo control ciudadano.

En otro lugar decíamos que “las estadísticas son hijas del poder”, aludiendo a la transformación que acompaña a la producción de los sistemas estadísticos nacionales “*de la visión organizada para el príncipe a los derechos de información del ciudadano*” (Filardo et al, 2005). La historia de las estadísticas acompaña a la historia de los Estados Nacionales, en sus procesos de creciente preocupación por administrar y controlar sus recursos, tanto humanos como materiales. La “statistik” alemana del siglo XVIII era una descripción organizada del Estado, directamente destinada al Príncipe³⁷. Desde aquellos días a la actualidad tanto el Estado como las estadísticas han cambiado sustancialmente. “*Las transformaciones en las modalidades y funciones del Estado han modificado las estadísticas; desde el interés por el reclutamiento militar y los impuestos en el siglo XVIII, la pobreza, las epidemias y la salud pública en el XIX; el Estado keynesiano y sus políticas macroeconómicas de mediados del siglo pasado, hasta la globalización de las crisis y sus consecuencias sociales en nuestros días*”.^{38 39}

³⁷ Descosiere, A. (1996)

³⁸ Descosiere, A. (1996)

³⁹ Filardo et al (2005)



Los sistemas estadísticos en la actualidad dan cuenta de las preocupaciones de los Estados y los gobiernos en los problemas que requieren de información para ser atendidos por la gestión, y el diseño de medidas y políticas para abordarlos. En este sentido los sistemas estadísticos con los que se ha trabajado, cuentan con características específicas sobre las cuales es conveniente dedicar unos párrafos. Se hacen anotaciones sobre la disponibilidad y calidad de la información en cada una de las dimensiones que aluden a los territorios. Al final se resume las dimensiones que conformarán este estudio.

1. Dimensión turismo:

La producción de información sobre esta actividad en el caso de España tiene un desarrollo sustantivo. Son de libre acceso y reflejan una preocupación notoria y creciente por registrar tanto la oferta turística (plazas de alojamiento,- catalogadas en diferente tipo-, plazas de restauración perfectamente ubicables en el territorio, y contabilizadas anualmente en series continuas y extensas) como la demanda (turismo receptivo, discriminado por lugar de origen de los turistas, estancia media, alojamiento utilizado, gasto medio diario, etc.) Los requerimientos de información producto del desarrollo de la cuenta satélite en turismo ha sido un factor que sin duda se vincula a este producto.

En cambio en Uruguay las estadísticas de turismo son más primitivas. Proviene de un único instrumento aplicado oficialmente de forma continua: la encuesta de turismo receptivo, no es pública la metodología utilizada (ficha técnica de muestra, relevamiento, etc.) y los datos no siguen series continuas, los procesamientos que se realizan de esta fuente son tablas bi-variadas exclusivamente, no es posible acceder a los microdatos. Interesa destacar la arbitrariedad con que se definen los destinos, única alusión a los territorios (también de las administraciones responsables de la gestión local del turismo). La ausencia de estudios sistemáticos, o al menos anteriores de considerar la dimensión territorial para analizar impactos, efectos o vínculos del turismo con otras dimensiones sociales, culturales, ambientales o económicas, puede ser interpretada a partir de esta situación respecto a la calidad de los datos disponibles. La información que se obtiene de ambas fuentes (ECH –INE y ETR-MOTVMA) sencillamente no es compatible desde el punto de vista territorial. Dado lo cual, no puede extenderse la pretensión de analizar el



turismo vinculado a otras dimensiones más que a nivel nacional. Esta situación sitúa una debilidad importante del Uruguay, en la medida en que el turismo se consolida como una actividad económica que ve crecer su peso en el país de forma sustantiva. No se cuenta aún recursos de información idóneos para desarrollar investigaciones que tengan en cuenta la magnitud de las diferencias que se presentan en diferentes unidades territoriales turísticas. Por otro lado esta debilidad manifiesta consecuencias para el desarrollo de otros instrumentos (cuenta satélite) que dispararía nuevas posibilidades para el país.

2. Dimensión socio-económica

En lo que tiene que ver con el mercado de trabajo el desarrollo es aceptable en ambos países, la información es de calidad, desagregada a unidades territoriales menores y de acceso libre. Se cuentan con series que permiten medir la evolución en los diferentes indicadores y la apertura a nivel geográfico es razonable. No se aprecian dificultades sustantivas en la dimensión del mercado de trabajo ni de la actividad económica en ninguno de los casos.

La importancia socialmente asignada a esta dimensión a nivel mundial es incuestionable así como la armonización de los indicadores a nivel internacional. Respecto a esto una cuestión de menor importancia relativa, pero que conviene señalar es que en el caso español la población económicamente activa se define a partir de los 16 años y en Uruguay a partir de los 14 años.

3. Distribución de los ingresos de los hogares o de la renta per-cápita en las unidades territoriales.

Una de las preocupaciones centrales de las que partíamos era poder determinar hasta que punto puede afirmarse para los casos estudiados una de las premisas que se leen con demasiada frecuencia, sin presentar demostración empírica de su confirmación: la capacidad del turismo de producir desarrollo. (el razonamiento habitual es que el turismo incrementa el empleo directo e indirecto, habilitando el crecimiento económico en primer lugar y el desarrollo social -disminución de la desigualdad social- en segundo término). El intento de poner a prueba esta premisa, en diferentes unidades territoriales presentó dificultades extremas, por la incapacidad de acceder a información que lo permitiera. No



hay posibilidades de acceder libremente en el caso de España a la distribución de los ingresos de la población a nivel de provincias. Se cuenta sí con la renta promedio, pero no con la distribución. Esto inhabilita ensayar medidas de desigualdad. Aunque existen estudios puntuales que remiten a este objeto, son producto de la generación de datos primarios, acotados en el tiempo y de acceso restringido. Los requerimientos para esta investigación suponen información continua. El vínculo entre la información estadística que se libera para el uso público – sobre la base del derecho a la información del ciudadano- y las decisiones políticas es evidente. En este caso en concreto, se muestra información de la que se dispone (en caso contrario no se podría calcular la renta promedio por provincia) pero con limitaciones al tipo de medidas que se publican⁴⁰.

En el caso de Uruguay se presenta una situación muy distinta. La medición de la pobreza; de los ingresos de los hogares y de la distribución –desigualdad- entre ellos, es una de las preocupaciones centrales. El desarrollo metodológico y estadístico sobre este tema ha producido una sinergia considerable entre el cuerpo técnico-político del Sistema Estadístico Nacional y el espacio académico especializado. El país ha priorizado este asunto de forma contundente desde hace ya varios años. Las estadísticas de pobreza forman parte de cualquier campaña electoral y de difusión sobre la gestión del gobierno, y tienen un uso considerable en la ciudadanía en general.

A los efectos de esta investigación si bien ha sido posible contar con datos sobre esta temática (distribución de ingresos, hogares y personas pobres a nivel departamental) para el caso de Uruguay, no ha sido posible obtener datos similares para el caso de Andalucía.

4. Producto Bruto Interno de los Territorios Considerados

En Uruguay no se dispone de información del producto bruto departamental. En Andalucía se han detectado iniciativas importantes incluso para llevar adelante una cuenta

⁴⁰ A los efectos de posibilitar la realización de esta investigación se hicieron gestiones ante el Instituto Nacional de Estadística de España. La obtención de los microdatos que permitieran el cálculo de estas medidas era posible a cambio de significativas sumas de dinero (esta información habitualmente se vende a empresas). En la medida en que por otra parte era necesario contar con series temporales, debían comprarse al menos 8 bases de datos, que son anuales, lo cual estaba fuera de cualquier posibilidad real. Se intentó luego hacerlo en Convenio con un instituto de investigación de Andalucía que no prosperó.



satélite de la comunidad autónoma, independiente de la nacional, lo cual constituye una situación absolutamente impensable para el caso de Uruguay. En esta materia también se encuentran diferencias insalvables entre ambos casos.

5. Dimensión migración.

Las migraciones para Europa en general no sólo han cobrado magnitudes significativas, sino que han impactado en diversos ámbitos (cultura, economía, sociabilidad, relaciones inter-personales, religión, instituciones, segregación socio-espacial y laboral, derechos humanos, seguridad social, etc.) El alcance alcanzado por este tema en la producción científica y académica de las ciencias sociales reclama la atención permanente del fenómeno. El sistema estadístico español, aunque con dificultades debido a los instrumentos de registro, y que en gran medida la inmigración hacia los países europeos se da en condiciones de “ilegalidad”, ha desarrollado una serie de medidas que permiten captar los flujos, las procedencias de origen, los destinos y las actividades que realizan los residentes procedentes de extranjero en España. Se cuenta con numerosa información relativa a los procesos migratorios (tanto internos como procedentes del extranjero) desagregada a nivel hasta municipal.

Este caso es otro ejemplo del desarrollo estadístico acompasado a los fenómenos que adquieren relevancia para los gobiernos, el Estado y la sociedad. La utilización de esta información también es intensa.

En cambio en Uruguay, país que se caracteriza por una dinámica emigratoria actualmente y donde los flujos de inmigración son débiles y escasos – principalmente los de extranjeros-, acusa una situación de extrema precariedad en cuanto a estadísticas demográficas que atiendan a la migración. Tampoco la movilidad interna ha sido captada aceptablemente, y se dejó de relevar información relativa a ello por la Encuesta Hogares a partir del 2001.

A pesar de los importantes avances que en otros aspectos (incluso relativos a estadísticas de población, aunque referidos a indicadores de otras áreas) ha manifestado el Uruguay en términos de la calidad de sus estadísticas en los últimos años, este tema en particular continúa en el debe.



Por lo tanto, tampoco en relación a esta dimensión ha sido posible establecer un análisis estrictamente comparado entre los dos casos seleccionados: Andalucía y Uruguay.

Lo anteriormente reseñado va en la cuenta de las limitaciones a las que esta investigación se enfrenta. Al decir de Valles (1998) el diseño de la investigación supone tomar decisiones y esto ocurre a lo largo de todo el proceso de la investigación. Detallaremos las decisiones tomadas al desarrollar la estrategia metodológica, que –para decirlo brevemente- supuso trabajar los casos en aproximaciones sucesivas, comenzando por modelos simples e incrementando la complejidad posteriormente. Se partió de modelos paralelos en los dos casos analizados, hasta donde fue posible, para luego bifurcarse en dos líneas, al considerar modelos que incluyeron variables pertenecientes a tres dimensiones (dos de las cuales son comunes y una es específica para cada caso). Esta estrategia tiene como virtud la inclusión de dimensiones que podrán ser trabajadas a posteriori de este análisis en los casos respectivos, considerando este estudio como antecedente.

6. Dimensión ambiental

La dimensión ambiental acusa una situación de mayor debilidad que otras en la disponibilidad de información. La fragmentación institucional en la producción de datos relativos a estos aspectos es importante. Existen serias dificultades para identificar información que cumpla con los requerimientos planteados de cubrir la serie temporal y de desagregación geográfica. Más aún, la mera selección de los indicadores relativos a esta dimensión, considerándolos como aquellos que se vinculen con efectos o impactos del turismo, no sólo no está armonizado a nivel internacional sino que se encuentra actualmente en debate.

El Sistema de Información Territorial de Andalucía (SIMA) presenta información a nivel provincias del número de incendios y superficie incendiada y superficie reforestada clasificada como indicadores medioambientales, que cubren la serie temporal de este estudio. No obstante puedan ser relevantes si se construyera una medida resumen que los contuvieran, en sí mismos no representan la calidad ambiental del territorio considerando el objeto de estudio del presente trabajo.



En Uruguay actualmente se encuentra en curso un proyecto para la selección de indicadores y generación de un observatorio para la medición sistemática y monitoreo de la calidad ambiental⁴¹, en una primera etapa en la zona costera (donde se concentran los destinos turísticos) para luego extenderse a todo el territorio nacional. Recién en sus inicios, el proyecto da cuenta de una debilidad sustantiva del país en el desarrollo de esta área, escasísimos antecedentes y ausencia de sistematización.

En resumen no se cuenta con información de calidad sobre esta dimensión como para incorporarla en el análisis propuesto.

⁴¹ El proyecto recién iniciado se está llevando adelante a partir de un Convenio entre EcoPLATA y la Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de la República, con financiamiento del Ministerio de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medioambiente.



7. MAPAS PARA UBICAR LOS CASOS DE ESTUDIO



MAPA DE ESPAÑA

En celeste la Comunidad Autónoma de Andalucía, con las provincias que la integran .



MAPA DE URUGUAY POR DEPARTAMENTOS.

Las unidades turísticas consideradas en Uruguay son: Montevideo, Canelones, Colonia, Maldonado, Rocha, Litoral Termal (Salto y Paysandú)



ANÁLISIS FASE I: MODELOS BI-DIMENSIONALES

Aplicación de la técnica para Uruguay.

En primer lugar se partirá de un modelo que integre variables que respondan a dos dimensiones: 1. estructura y dinámica del mercado de trabajo y 2. turismo.

Este es el modelo más simple, que intenta una aproximación a los impactos que el turismo tiene sobre la estructura y dinámica del empleo, en los diferentes territorios. En la medida en que la técnica del ACP permite la reducción del conjunto de las variables a la “estructura latente” que éstas conforman, permite (a partir de las puntuaciones obtenidas para cada una de las unidades en cada componente extraído) ubicar según esta estructura a las unidades territoriales, y conformar de esta forma “conglomerados” o grupos con posiciones similares o diferenciadas en esta estructura.

A pesar que inicialmente se consideró una lista de variables extensa sobre el mercado de trabajo, no todas fueron finalmente integrantes del modelo, dado que muchas de ellas no superaban la prueba de pertinencia a nivel individual (KMO MSA individual): El modelo óptimo es el que se presenta a continuación y a partir del cual se discuten los resultados.

Dado el modelo construido para el caso de Uruguay - con las variables que se han expuesto líneas arriba correspondientes a las dimensiones mercado de trabajo y turismo, para unidades territoriales que combinan territorio-año, a partir de información re-procesada para asegurar la compatibilidad de las dos fuentes que se trabajaron (Encuesta



Continua de Hogares y Encuesta de Turismo Receptivo) para el periodo 1998-2004⁴²- las variables que quedaron finalmente incluidas fueron:

- Número de visitantes
- Estacionalidad
- Días de estadía
- Porcentaje de ocupados en el sector servicios en el total de la población ocupada
- Gasto en dólares realizados por turistas
- Tasa de ocupación

La matriz de correlaciones que resulta de ellas (una vez fueran las mismas estandarizadas), tiene un determinante cercano y diferente de 0, lo que permite invertir la matriz y se presenta a continuación.

Correlation Matrix^a

	Zscore(vi sitantes)	Zscore(estac ionalidad)	Zscore(día sestadia)	Zscore: %ocupr3	Zscore(ga stosenus)	Zscore(oc upados)
Correlation						
Zscore(visitantes)	1,000	-,449	-,018	,724	,866	,409
Zscore(estacionalidad)	-,449	1,000	,818	-,524	-,134	,168
Zscore(díasestadia)	-,018	,818	1,000	-,111	,280	,427
Zscore: %ocupr3	,724	-,524	-,111	1,000	,551	,180
Zscore(gastosenus)	,866	-,134	,280	,551	1,000	,540
Zscore(ocupados)	,409	,168	,427	,180	,540	1,000
Sig. (1-tailed)						
Zscore(visitantes)		,001	,454	,000	,000	,004
Zscore(estacionalidad)	,001		,000	,000	,200	,143
Zscore(díasestadia)	,454	,000		,242	,036	,002
Zscore: %ocupr3	,000	,000	,242		,000	,126
Zscore(gastosenus)	,000	,200	,036	,000		,000
Zscore(ocupados)	,004	,143	,002	,126	,000	

a. Determinant = ,005

El KMO arroja un valor de .62⁴³ lo cual vuelve a mostrar la pertinencia del análisis factorial. Este índice varía entre 0 y 1, y valores más cercanos a 1 señalan la existencia de mayores correlaciones entre las variables. El índice se calcula como la doble sumatoria en i

⁴² Todo esto se desarrolla en detalle en el anexo metodológico.

⁴³ Se considera que valores de KMO menores a 0.50 desestiman la pertinencia del uso de la técnica de análisis factorial dado que las variables no muestran una elevada correlación entre ellas que denuncien la existencia de “componentes” que puedan derivarse de su expresión como combinaciones lineales. (Cea D’Ancona, 1998)



y en j del coeficiente de correlación simple entre las variables i y j al cuadrado dividido la doble sumatoria en i y en j de lo mismo sumado la doble sumatoria en i y j del coeficiente de correlación parcial entre las variables i y j al cuadrado)

También se muestra significativo el test de Barlett para 15 grados de libertad y un alfa predefinido de 0.05 (la significación es plena) lo cual permite rechazar la hipótesis nula, que postula que el determinante de la matriz es 1 o sea que $R= I$. (la matriz coincide con la Matriz de Identidad: por tanto las variables no están correlacionadas).

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			,624
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Square	Chi-	202,352
	Df		15
	Sig.		,000

Fuente: elaboración propia

La diagonal principal de la matriz de correlaciones anti-imagen puede leerse como los valores KMO individuales, para cada una de las variables incluidas en el análisis. Como se aprecia en el cuadro siguiente, ninguna de las variables presenta valores menores a 0.50⁴⁴ por lo tanto no debe eliminarse ninguna del análisis.

Asimismo de la lectura de la matriz de correlación anti-imagen (negativo del coeficiente de correlación parcial), -que muestra la correlación entre dos variables habiendo controlado los efectos de las restantes, por lo tanto cuanto más bajo su valor, mayor la varianza que comparten-, se señala que la gran mayoría de los valores fuera de la diagonal son cercanos a 0, lo que vuelve a confirmar lo anterior: la pertinencia y adecuación de utilizar la técnica de análisis factorial.

⁴⁴ Salvo la variable días de estadía que presenta una MSA individual de 0.48 valor muy cerca de 0.50 y además no mueve el modelo en caso de su exclusión por lo que se opta por mantenerla.



Anti-image Matrices

		Zscore(vi sitantes)	Zscore(estac ionalidad)	Zscore(día sestadia)	Zscore: %ocupr3	Zscore(ga stosenus)	Zscore(oc upados)
Anti-image Covariance	Zscore(visitantes)	,118	,031	-,003	-,065	-,107	-,021
	Zscore(estacionalidad)	,031	,110	-,107	,091	-,005	,019
	Zscore(díasestadia)	-,003	-,107	,136	-,090	-,029	-,063
	Zscore: %ocupr3	-,065	,091	-,090	,353	,026	,060
	Zscore(gastosenus)	-,107	-,005	-,029	,026	,153	-,050
	Zscore(ocupados)	-,021	,019	-,063	,060	-,050	,613
Anti-image Correlation	Zscore(visitantes)	,666 ^a	,275	-,026	-,320	-,800	-,079
	Zscore(estacionalidad)	,275	,529 ^a	-,876	,461	-,041	,075
	Zscore(díasestadia)	-,026	-,876	,479 ^a	-,413	-,201	-,219
	Zscore: %ocupr3	-,320	,461	-,413	,690 ^a	,113	,129
	Zscore(gastosenus)	-,800	-,041	-,201	,113	,667 ^a	-,162
	Zscore(ocupados)	-,079	,075	-,219	,129	-,162	,872 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Fuente: elaboración propia

La comunalidad de la extracción de factores expresa la correlación múltiple cuadrado (R^2) o coeficiente de determinación múltiple de cada variable x_i (la dependiente) actuando como independientes los factores en una ecuación de regresión múltiple. “Representan por tanto la proporción de la varianza de cada variable que logra predecirse por la estructura latente.”- (Cea Dáncona: 2001:470).

Como se desprende de la tabla de comunalidades en el ACP realizado, todas las variables logran superar el 62% de varianza explicada por los factores.

Communalities

	Initial	Extraction
Zscore(visitantes)	1,000	,921
Zscore(estacionalidad)	1,000	,938
Zscore(díasestadia)	1,000	,893
Zscore: %ocupr3	1,000	,723
Zscore(gastosenus)	1,000	,874
Zscore(ocupados)	1,000	,627

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

La extracción de factores realizada logra explicar el 83% de la varianza total de todas las variables, con dos componentes.



El primer factor explica el 47.5% de la varianza total, el segundo el 35.4%. Los dos factores tienen autovalores superiores a 1, y a partir de allí los autovalores caen abruptamente, ningún otro componente logra explicar ni siquiera la varianza correspondiente a una variable).

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,852	47,529	47,529	2,852	47,529	47,529	2,836	47,273	47,273
2	2,124	35,408	82,937	2,124	35,408	82,937	2,140	35,664	82,937
3	,545	9,086	92,023						
4	,346	5,768	97,791						
5	,072	1,201	98,992						
6	,060	1,008	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

El modelo extraído con dos componentes sigue tanto el criterio de suficiente varianza explicada (lo logra con el 83% del total de varianza del conjunto de las 6 variables incluidas) y parsimonioso (simple: bajo número de factores). Todos ellos son significativos desde el punto de vista estadístico, y a continuación se analiza la significatividad teórica o la interpretabilidad de los mismos, que es el criterio central para la utilidad de la técnica.

Matriz de Componentes

En cada celda de esta matriz se encuentran los λ_{ij} , llamado coeficientes factoriales, que se interpretan igual que los B_i estandarizados en una regresión lineal múltiple.

λ^2_{ij} se interpreta como r^2_{ij} , o sea el porcentaje de varianza que explica cada x_i de cada factor j . Por tanto sirven para ver cuan bien describen los factores (y el modelo factorial) a los datos observados.

Autovalor de los factores, que es la sumatoria de los cuadrados de los coeficientes factoriales cuadrados, expresa la cantidad de varianza total en los datos que explica cada factor. Vale decir que cuando los componentes son ortogonales (no se correlacionan entre



sí), puede conocerse la varianza total de los datos que es explicada por el modelo factorial (sumando los autovalores de todos los factores). Justamente esto es lo que se presenta en la tabla anterior “total de varianza explicada”. La suma de los autovalores de cada factor es de 83% y por tanto el modelo factorial logra explicar el 83% de la varianza de los datos, con dos componentes, lo cual es un buen valor. Los dos factores sin rotar tienen pesos específicos importantes. Siempre será decreciente la varianza explicada por factores sucesivos, por la lógica inherente a la extracción de factores. Luego de rotarse los factores (para maximizar la varianza –método de rotación varimax-, manteniendo el criterio de ortogonalidad de los factores), procedimiento que tiene por objetivo la mayor saturación de las variables empíricas en alguno de los componentes, la varianza total explicada por el modelo factorial se mantiene inalterada, pero no así los pesos específicos de cada factor. En nuestro caso luego de efectuada la rotación de factores, tal como se señala en la tabla, el factor 1 explica el 47.2% de la varianza total, el factor 2 el 35.6 %. Ambos sumados alcanzan el 83%.

El método de análisis factorial, pretende llegar a una “estructura simple” (es decir que la mayor parte de la variabilidad de una variable sea explicada por un sólo factor y no por varios). Los supuestos de una estructura simple por lo tanto son: 1. cada factor o componentes ha de tener unos pocos coeficientes factoriales elevados y los demás próximos a cero. 2. cada variable observada ha de presentar un coeficiente factorial elevado sólo en un factor, y 3. los factores o componentes no han de tener la misma distribución. Deben mostrar un modelo diferente de coeficientes factoriales elevados y bajos. (Cea Dáncona: 2002:473)

Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
Zscore(visitantes)	,960	,012
Zscore(estacionalidad)	-,500	,830
Zscore(díasestadia)	-,035	,945
Zscore:(%ocup en rama3)	,825	-,204
Zscore(gastosenus)	,869	,344
Zscore(ocupados)	,493	,620

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 2 components extracted.

Fuente: elaboración propia



Rotación de factores

Al pretenderse que las variables empíricas incluidas saturan en un sólo factor, es usual la rotación de los factores. Este procedimiento permite que los factores queden mejor definidos y por lo tanto incrementen la posibilidad de su interpretación. Obviamente, la varianza total que explica del modelo factorial no se ve afectada por la rotación, así como tampoco varía la comunalidad inicial de las variables empíricas, ni el número de componentes extraídos.

Existen diferentes métodos para realizar este procedimiento. Algunos mantienen el supuesto de la ortogonalidad de los factores y otros no, permitiendo que estos intercorrelacionen entre sí⁴⁵ (en este caso la matriz de estructura y la matriz factorial no coinciden). La interpretación suele ser mucho más compleja, por lo tanto.

En nuestro caso se ha realizado la rotación de los factores con el método varimax, que supone ortogonalidad de los factores y funciona haciendo girar los ejes factoriales de tal forma que se acerquen a las variables empíricas, maximizando la varianza de los coeficientes factoriales cuadrados para cada factor. Este procedimiento permite que los factores queden mejor definidos y por lo tanto incrementen la posibilidad de su interpretación. Obviamente, la varianza total que explica del modelo factorial no se ve afectada por la rotación, así como tampoco varía la comunalidad inicial de las variables empíricas, ni el número de componentes extraídos. Sin embargo, sí se redistribuye la varianza que explica cada factor, y los coeficientes factoriales de cada variable en cada factor.

⁴⁵ Oblimin, Quartimin, covarimin, oblimax, promax, son todos métodos de rotación oblicua.



Rotated Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
Zscore(visitantes)	,951	-,128
Zscore(estacionalidad)	-,374	,894
Zscore(díasestadia)	,103	,940
Zscore: %ocupr3	,787	-,322
Zscore(gastosenus)	,910	,214
Zscore(ocupados)	,578	,541

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 3 iterations.

Fuente: elaboración propia

La tabla siguiente muestra los coeficientes a partir de los cuales transformar la matriz no- rotada a la matriz rotada.

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	,989	-,145
2	,145	,989

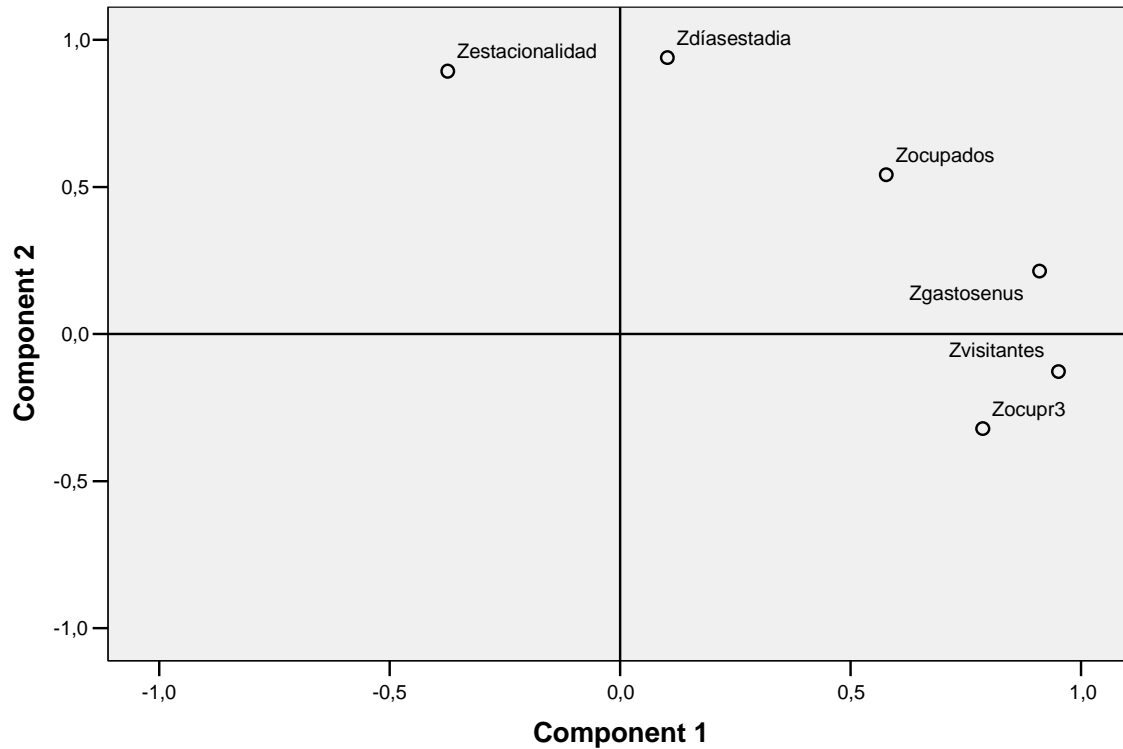
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

Fuente: elaboración propia



Component Plot in Rotated Space



Fuente: elaboración propia

Interpretación de los componentes

Al analizar como quedan integrados los componentes a partir de la rotación con el método varimax, se encuentra que en el primer componente saturan las siguientes variables:

Primer componente:

- Número de visitantes
- Porcentaje de ocupados en el sector servicios en el total de ocupados
- Gasto en dólares por unidad turística- año



Segundo componente:

- Días de estadía
- Estacionalidad
- Tasa de ocupación (que se reparte en valores similares en los dos componentes)⁴⁶

En consecuencia: el primer componente corresponde a la **dinámica turística** (tanto en relación a la cantidad de turistas como de ingresos que se perciben por concepto de turismo y de distribución entre ramas de actividad del empleo.

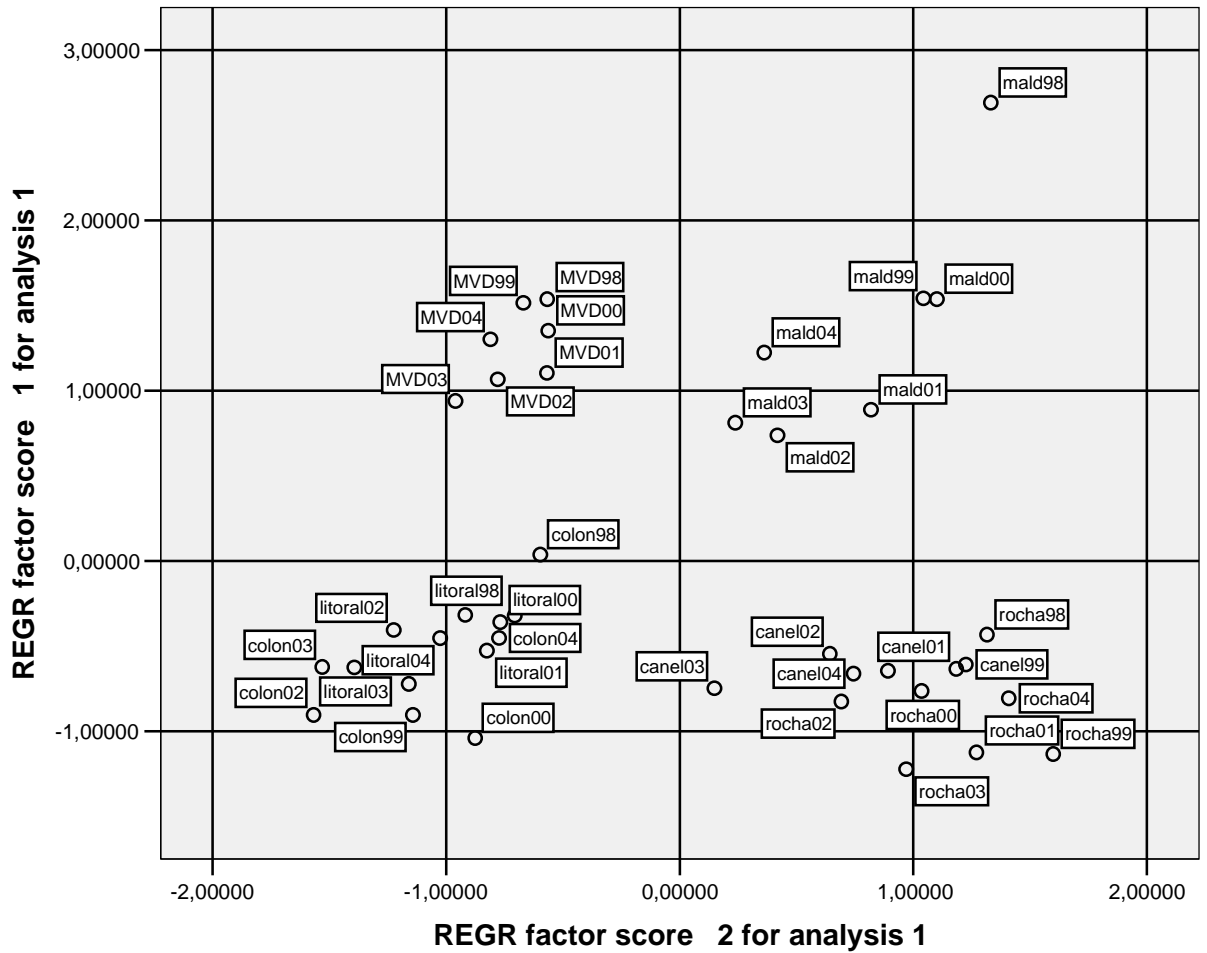
El segundo componente hace referencia a las características del turismo que se recibe tanto en la estacionalidad como en los días de estadía de los turistas. Por tal motivo se ha decidió nombrarlo como tipo de **turismo sol y playa**.

A continuación se presenta la ubicación de cada una de las unidades territoriales según las puntuaciones obtenidas en cada uno de los componentes extraídos.

⁴⁶ Si se extrae del modelo la variable tasa de ocupación dado que satura en los dos componentes, la varianza explicada por el modelo de dos factores es del 89%. Las variables se distribuyen de la misma forma en los dos componentes. Sin embargo se opta por mantenerla en el modelo: su bipolaridad tiene una interpretación intuitiva: la tasa de ocupación varía tanto como varía la dinámica del turismo como por las características del mismo.



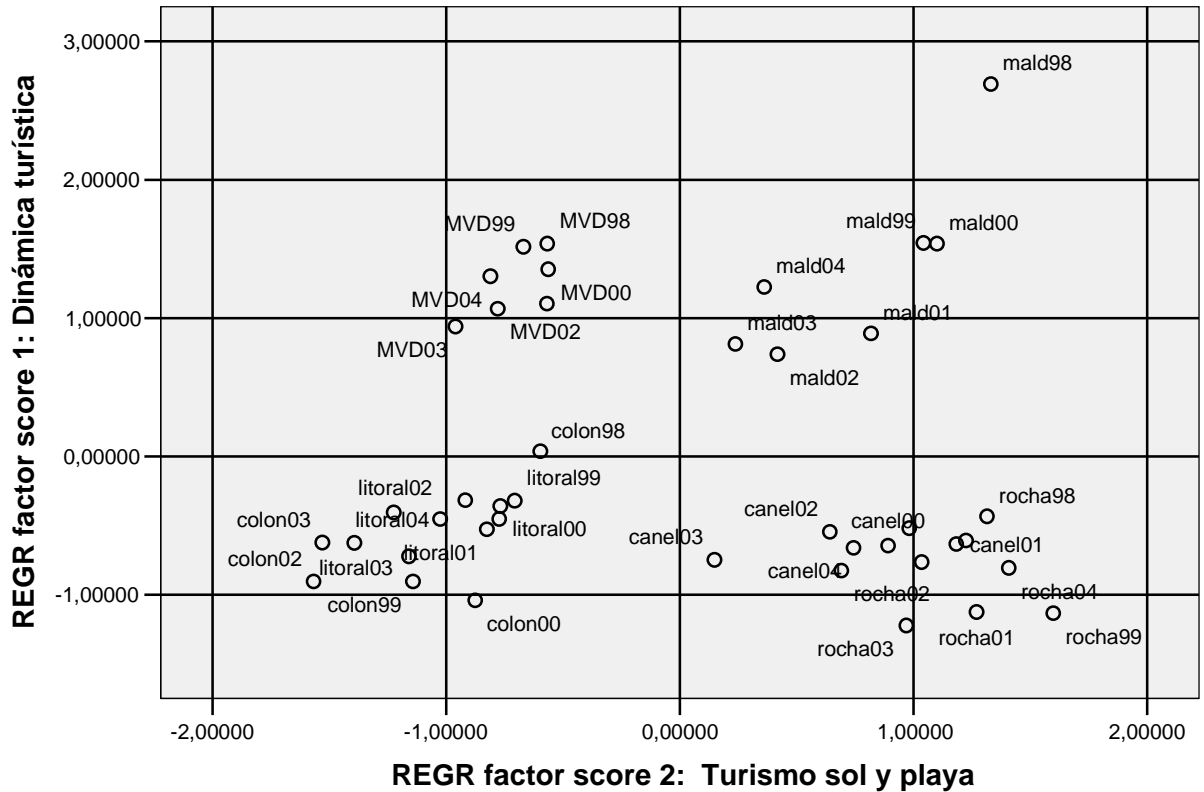
Ubicación de las unidades turísticas de Uruguay según las puntuaciones obtenidas en los componentes Dinámica turística y Turismo Sol y Playa



Fuente: elaboración propia



Unidades territoriales turísticas según puntuaciones factoriales



Fuente: elaboración propia

En el primer cuadrante se ubica Montevideo, con valores superiores a la media de la distribución en relación a la dinámica turística y con valores inferiores a la media en cuanto a un tipo de turismo estacional y de mayor cantidad de días de estadía (sol y playa). Consecuentemente con ser la capital del país y sede del principal aeropuerto del país, Montevideo presenta un comportamiento relativo al turismo distribuido mas equitativamente durante todos los meses del año.

En el cuadrante II Maldonado, es el único departamento a lo largo de todos los valores de su serie con valores superiores a la media en ambos componentes. Claramente situado en un turismo estacional de sol y playa, este departamento se sitúa despegado del resto de las zonas turísticas del país en relación a su dinámica. Punta del Este en forma

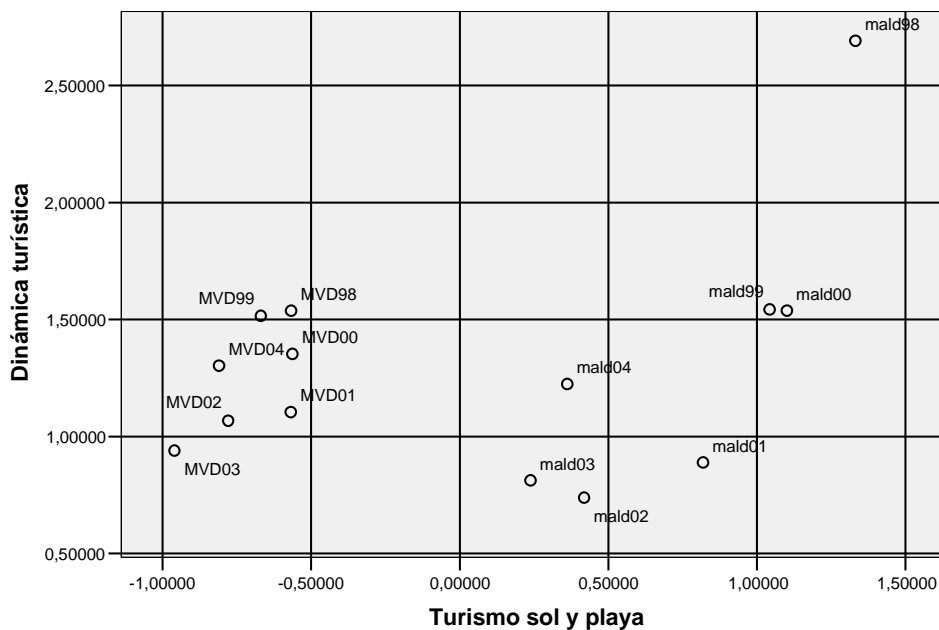


paradigmática (principal balneario turístico) concentra aprox el 30 % del volumen de turistas anuales del país.

En el cuadrante III, que corresponde a valores superiores a la media en turismo de sol y playa y menores a la media en relación a la dinámica turística, se encuentran Rocha y Canelones. Rocha registra valores menores que Canelones a lo largo de la serie considerada en relación al componente 1: dinámica turística y de distribución en ramas de actividad de la población ocupada, presentando los valores mas alejados de la media en cuanto al tipo de turismo que recibe: de alta estacionalidad y mayor tiempo de estadía.

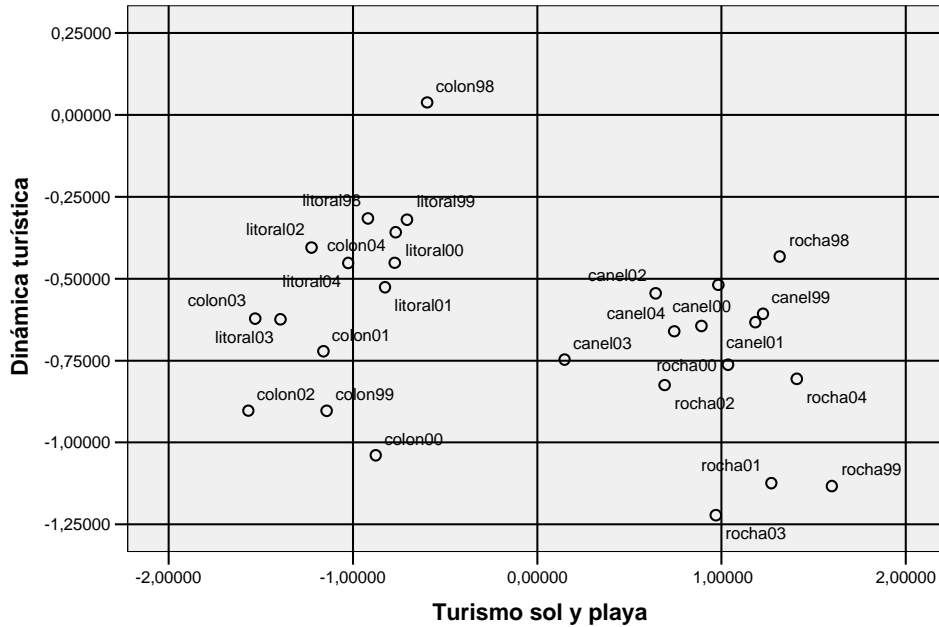
En el cuadrante IV, que supone valores inferiores a la media en ambos componentes, encontramos a Colonia y al Litoral Termal. Ambos destinos turísticos responden a un tipo de turismo de menor estacionalidad y de menor número de días promedio de estadía. Cercanos a la ciudad de Buenos Aires, ambos destinos se caracterizan por recibir turistas de fin de semana provenientes de la capital Argentina, con una distribución equilibrada a lo largo del año. Por otra parte, ninguno de estos destinos tiene costa oceánica.

**Unidades territoriales turísticas según puntuaciones factoriales
(Maldonado y Montevideo)**





Unidades territoriales turísticas según puntuaciones factoriales.
(Colonia, Litoral termal, Rocha y Canelones)



Fuente: elaboración propia

Los dos gráficos anteriores corresponden a secciones del gráfico general y se presentan sólo para facilitar la visibilidad del comportamiento en relación a los factores a lo largo de los años de la serie considerada de cada una de las unidades territoriales turísticas estudiadas para Uruguay.

Como puede verse la variabilidad de **Maldonado** es la mayor de todas las unidades consideradas pasando de más de dos desvíos y medio por encima de la media en el año 1998 en dinámica turística hasta apenas superar la media en el año 2002, en que se registra una de las crisis más importantes en la región particularmente de Argentina (debemos recordar la altísima dependencia de Punta del Este como destino turístico de este origen). En los años posteriores a éste las puntuaciones se sitúan en valores superiores, recobrando en la serie liderazgo en relación a la dinámica turística del Uruguay.

Montevideo por su parte tiene a lo largo de la serie una variabilidad menor respecto a ambos componentes en cuanto a sus puntuaciones. Se sitúa en el entorno de un desvío de la media en dinámica turística y entre 0.5 y 1 desvío por debajo de la media en relación al



componente turismo sol y playa. Su comportamiento en consecuencia es de relativa estabilidad en el periodo considerado tanto en relación a la magnitud de turistas y de ingresos monetarios por concepto de turismo como al perfil de turismo que recibe.

Colonia es otra zona turística de gran variabilidad respecto a sus puntuaciones en la dinámica turística. Los extremos se ubican en el año 1998 (apenas por encima de la media) y el año 2000 (a más de un desvío por debajo de la media). Tiene no obstante un comportamiento más fluctuante que Maldonado. Sin embargo el perfil contrario al turismo de sol y playa es estable en el periodo.

Litoral termal es estable en relación a ambos componentes. Apenas acusa diferencias en sus puntuaciones a lo largo de la serie. Concordante a las restantes unidades territoriales turísticas analizadas registra su puntuación mayor en dinámica turística en el año 1998.

Canelones, si bien no muestra diferencias sustantivas en las puntuaciones de dinámica turística, si sostiene una tendencia a la pérdida del perfil de turismo de sol y playa que lo caracteriza en los primeros años de la serie. Esto probablemente sea debido (como se muestra en el anexo de Uruguay) a la disminución de los días de estadía de los turistas que recibe.

Rocha, por último, señala una variabilidad considerable (aunque menor que Maldonado e incluso que Colonia) en su dinámica turística, con fluctuaciones que sugieren poca estabilidad como destino. Sin embargo se mantiene constante su perfil turístico que acusa alta estacionalidad y estadías prolongadas, que definen el tipo de turismo sol y playa.



Aplicación de la técnica para Andalucía

El modelo más simple para el ACP de Andalucía tiene las mismas variables que para Uruguay. El objetivo en este caso es hacer estrictamente comparables ambos casos. De este modo será posible la comparación de las estructuras latentes que se extraigan de ambos.

VARIABLES DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA:

- Tasa de actividad
- Tasa de ocupación
- Tasa de empleo
- Tasa de paro
- Porcentaje de ocupados en el sector servicios sobre el total de ocupados
- Porcentaje de ocupados en el sector industria en el total de ocupados
- Porcentaje de ocupados en el sector agrícola en el total de ocupados
- Porcentaje de ocupados en el sector construcción en el total de ocupados⁴⁷

VARIABLES DE LA DIMENSIÓN TURISMO⁴⁸

- Número de visitantes por provincia
- Porcentaje que representan los visitantes sobre el padrón de la población
- Días promedio de estadía
- Gasto realizado por los turistas
- Gasto por día por persona (promedio)

⁴⁷ Que al incluirse en el modelo las tres variables anteriores ésta se excluye por resultar una combinación lineal de las otras tres.

⁴⁸ Estacionalidad es una variable que fue considerada para el caso de Uruguay pero que no se obtiene para Andalucía, dado que la serie disponible para el ámbito de provincias en el SIMA es anual.



TurismoS y TerritorioS



Con esta integración el modelo obtiene un KMO de .66 por lo que se considera pertinente continuar el análisis, y como se aprecia en la tabla siguiente todas las variables incluidas superan valores de .5 en la MSA, por lo que no se cuestiona la inclusión en el modelo de ninguna de ellas.

Anti-image Matrices

	Zscore: gasto medio diario de turistas	Zscore: estanciamedia de turistas	Zscore: %visi/pobderecho	Zscore(vi sitantes)	Zscore: %pobocup serv/ocup	Zscore: %pobocupind/ocup	Zscore: %pobocup agro/ocup	Zscore: tasa de actividad	Zscore: tasa de empleo	
Anti-image Covarian	Zscore: gasto medio diario de turistas	,435	,065	,011	,028	-,019	,059	,111	-,005	-,056
	Zscore: estanciamedia de turistas	,065	,216	-,050	,006	,008	,015	,013	-,079	,076
	Zscore: %visi/pobderecho	,011	-,050	,058	-,051	,040	,058	-,014	,027	-,036
	Zscore: tasa de actividad (visitantes)	,028	,006	-,051	,082	-,039	-,035	,058	,010	-,002
	Zscore: %pobocupserv/ocup	-,019	,008	,040	-,039	,203	,115	,083	,011	-,012
	Zscore: %pobocupind/ocup	,059	,015	,058	-,035	,115	,171	,054	,034	-,010
	Zscore: %pobocupagro/ocup	,111	,013	-,014	,058	,083	,054	,159	,041	-,048
	Zscore: tasa de actividad	-,005	-,079	,027	,010	,011	,034	,041	,314	-,222
	Zscore: tasa de empleo	-,056	,076	-,036	-,002	-,012	-,010	-,048	-,222	,266
Anti-image Correlatio	Zscore: gasto medio diario de turistas	,685 ^a	,211	,071	,150	-,065	,215	,422	-,014	-,164
	Zscore: estanciamedia de turistas	,211	,813 ^a	-,446	,044	,038	,076	,073	-,302	,319
	Zscore: %visi/pobderecho	,071	-,446	,641 ^a	-,741	,368	,579	-,150	,201	-,287
	Zscore: tasa de actividad (visitantes)	,150	,044	-,741	,691 ^a	-,305	-,298	,511	,061	-,012
	Zscore: %pobocupserv/ocup	-,065	,038	,368	-,305	,652 ^a	,617	,465	,044	-,053
	Zscore: %pobocupind/ocup	,215	,076	,579	-,298	,617	,674 ^a	,330	,145	-,046
	Zscore: %pobocupagro/ocup	,422	,073	-,150	,511	,465	,330	,592 ^a	,184	-,233
	Zscore: tasa de actividad	-,014	-,302	,201	,061	,044	,145	,184	,572 ^a	-,767
	Zscore: tasa de empleo	-,164	,319	-,287	-,012	-,053	-,046	-,233	-,767	,580 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Fuente: elaboración propia

Las comunales de todas las variables superan 0.76 y los tres factores extraídos explican casi el 86% de la varianza total.



Communalities

	al	Initi	Extra
		ction	
Zscore: gasto medio diario de turistas	0	1,00	,798
Zscore: estancia media de turistas	0	1,00	,855
Zscore: % de visitantes sobre la población de derecho	0	1,00	,943
Zscore(visitantes)	0	1,00	,901
Zscore: % de la población ocupada en servicios sobre la población ocupada	0	1,00	,847
Zscore: % de población ocupada en la industria sobre el total de población ocupada	0	1,00	,762
Zscore: % de población ocupada en el agro sobre la población ocupada	0	1,00	,889
Zscore: tasa de actividad	0	1,00	,851
Zscore: tasa de empleo	0	1,00	,883

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,005	44,495	44,495	4,005	44,495	44,495	3,322	36,910	36,910
2	2,139	23,762	68,256	2,139	23,762	68,256	2,415	26,834	63,744
3	1,585	17,614	85,871	1,585	17,614	85,871	1,991	22,127	85,871
4	,464	5,151	91,021						
5	,302	3,351	94,372						
6	,269	2,987	97,359						
7	,122	1,355	98,714						
8	,082	,909	99,623						
9	,034	,377	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

La integración de los componentes ya rotados por el método varimax es la siguiente:



Rotated Component Matrix(a)

	Component		
	1	2	3
Zscore: gasto medio diario de turistas	-,384	,757	,277
Zscore: estancia media de turistas	,918	-,050	,104
Zscore: % de visitantes sobre la población de derecho	,950	,029	,200
Zscore(visitantes)	,825	,469	,007
Zscore: % de la población ocupada en servicios sobre el total de la población ocupada	,297	,865	,101
Zscore: % de población ocupada en la industria sobre el total de población ocupada	-,751	-,113	-,430
Zscore: % de población ocupada en el agro sobre el total de la población ocupada	-,171	-,918	,129
Zscore: tasa de actividad	,125	,115	,907
Zscore: tasa de empleo	,229	-,023	,911

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 4 iterations.

En el primer componente se integran las variables estancia media, porcentaje de turistas sobre población de derecho, total de turistas y porcentaje de población ocupada en el sector industrial en el total de la población ocupada (todas las variables fueron estandarizadas previamente a la extracción de componentes).

La integración de este factor manifiesta la **dinámica turística de cada provincia**, entendida como magnitud del flujo de personas y permanencia en el territorio, dado que está conformado por el número de turistas (tanto en términos absolutos como relativos a la población receptora) y los días de estancia media. En este componente satura además el porcentaje de la población ocupada en el sector industrial en el total de población ocupada, con signo negativo, lo que supone una correlación negativa con el componente.

En el segundo componente saturan gasto medio diario de turistas, porcentaje de población ocupada en servicios en el total de la población ocupada y con signo negativo porcentaje de población ocupada en el agro. La integración de las variables se interpreta como el **perfil de los turistas, que implican gasto alto** (alto poder adquisitivo, o alto nivel



de consumo), y una distribución de la población ocupada según sector de actividad, tal que es directa en el caso de servicios e inversa en el caso del agro.

El tercer componente encuentra saturando las variables tasa de actividad y tasa de empleo. Lo cual indica la **dinámica del mercado de empleo**.

En función del método utilizado los componentes extraídos son ortogonales (independientes entre sí). La dinámica del turismo es por tanto independiente de la del mercado de trabajo y al tipo de turismo. En términos de estructura latente en la matriz de datos se muestran como factores diferenciados. La dinámica del turismo y el tipo de turismo sin embargo correlacionan con la distribución sectorial de la población ocupada. A un mayor porcentaje de población ocupada en servicios corresponde un turismo de mayor nivel de consumo (mayor gasto diario promedio de turistas). El porcentaje de ocupados en el sector industrial tiene un comportamiento inverso respecto a la dinámica (magnitud del flujo) turístico y la proporción de ocupados en el sector agrario es inverso a la proporción de ocupados en servicios⁴⁹.

La ubicación de las provincias en función de las puntuaciones en los componentes **dinámica turística y tipo de turismo de alto gasto** diario promedio muestra que:

1. En el Cuadrante I se encuentran Almería y Huelva, correspondiente a puntuaciones por encima de la media en el componente dinámica turística y por debajo de la media en tipo de turismo de alto gasto promedio diario.
2. En el Cuadrante II se encuentra Málaga diferenciándose del resto de las provincias en todos los años de la serie considerada. Tiene puntuaciones por encima de la media en ambos componentes.
3. Granada y Cádiz se encuentran en el centro de la distribución, puntuando muy próximos a la media de ambos componentes. Se manifiesta sin

⁴⁹ Para las ramas de actividad consideradas en las estadísticas publicadas oficialmente de España, distinguen cuatro categorías: agro, industria, servicios y construcción. En este caso no se incluye en el modelo construcción dado que es una combinación lineal de las otras. Para el caso de Uruguay las estadísticas oficiales consideran tres ramas: agro, industria y servicios; construcción está incluida en industria.



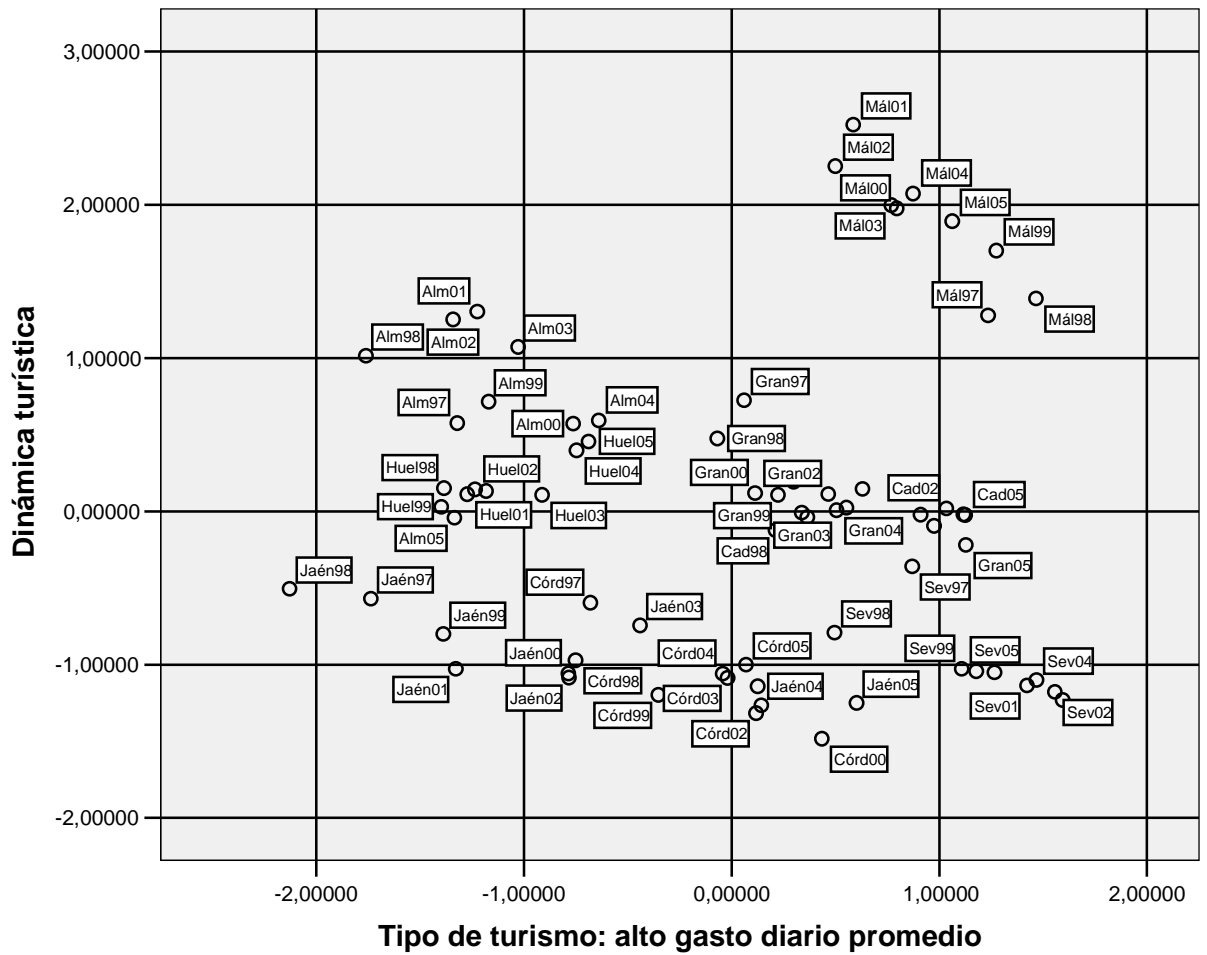
embargo que con el tiempo mejoran sus puntuaciones colocándose ambas en el 2005, a un desvío de la media en el componente turismo de alto gasto promedio.

4. En cuadrante III encontramos a Sevilla, distinguiéndose por tener altas puntuaciones (cerca de las de Málaga) en el componente turismo de alto gasto, pero bajas puntuaciones en dinámica turística.

5. Jaén y Córdoba se ubican ambas debajo de la media en dinámica turística y tienen variaciones importantes a lo largo de la serie considerada, en cuanto al tipo de turismo que reciben. En este sentido la evolución de Jaén es notoria pasando en el 98 de una ubicación de más de dos desvíos, en sentido negativo respecto de la media a superar la media en este componente en el 2005. Ambas provincias se desplazan en el tiempo del cuadrante IV al III.



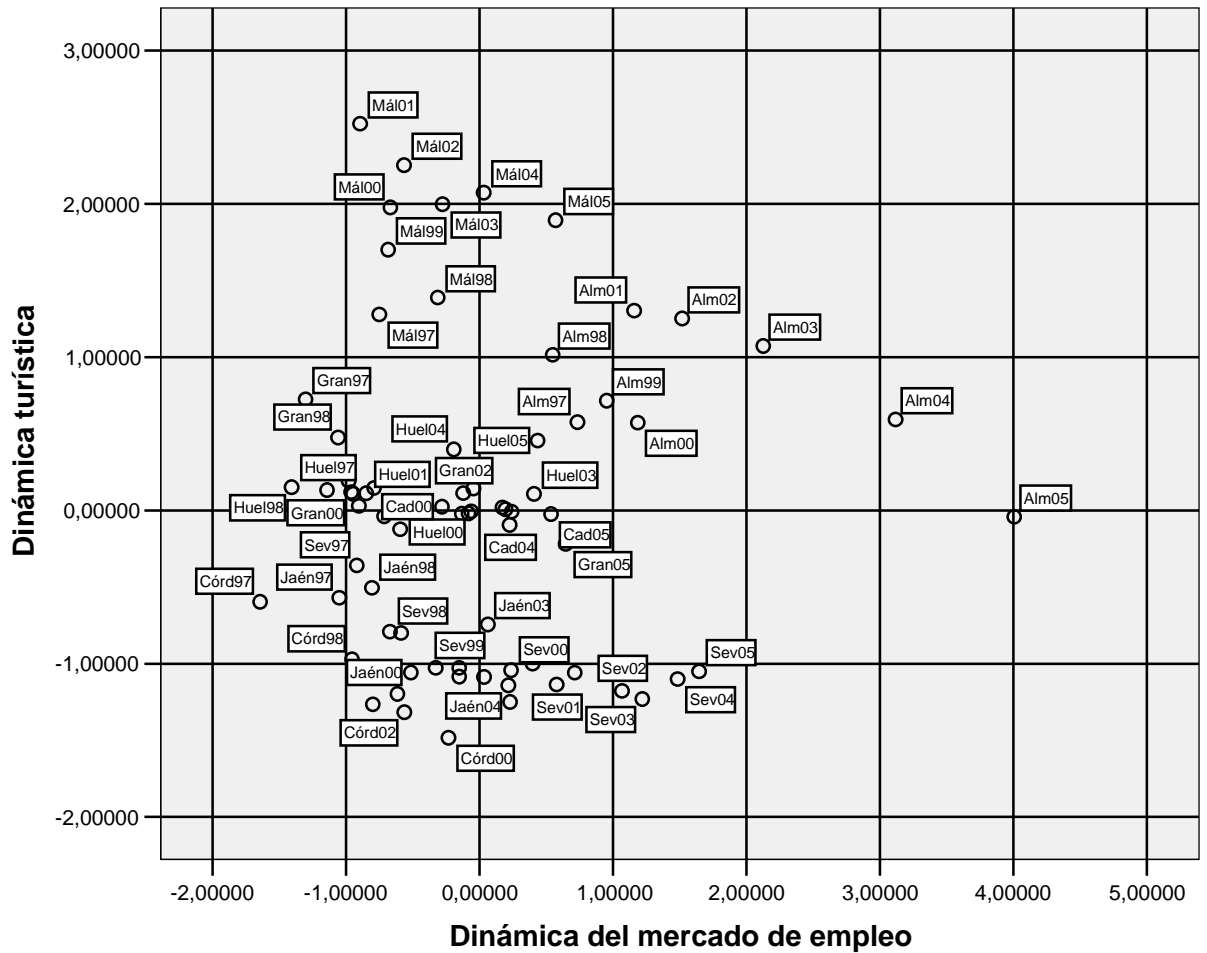
Ubicación de las provincias según sus puntuaciones en los componentes Dinámica turística y tipo de turismo alto gasto promedio



Fuente: elaboración propia



**Ubicación de las provincias según las puntuaciones obtenidas en los componentes
Dinámica turística y Dinámica del mercado de empleo**



Fuente: elaboración propia

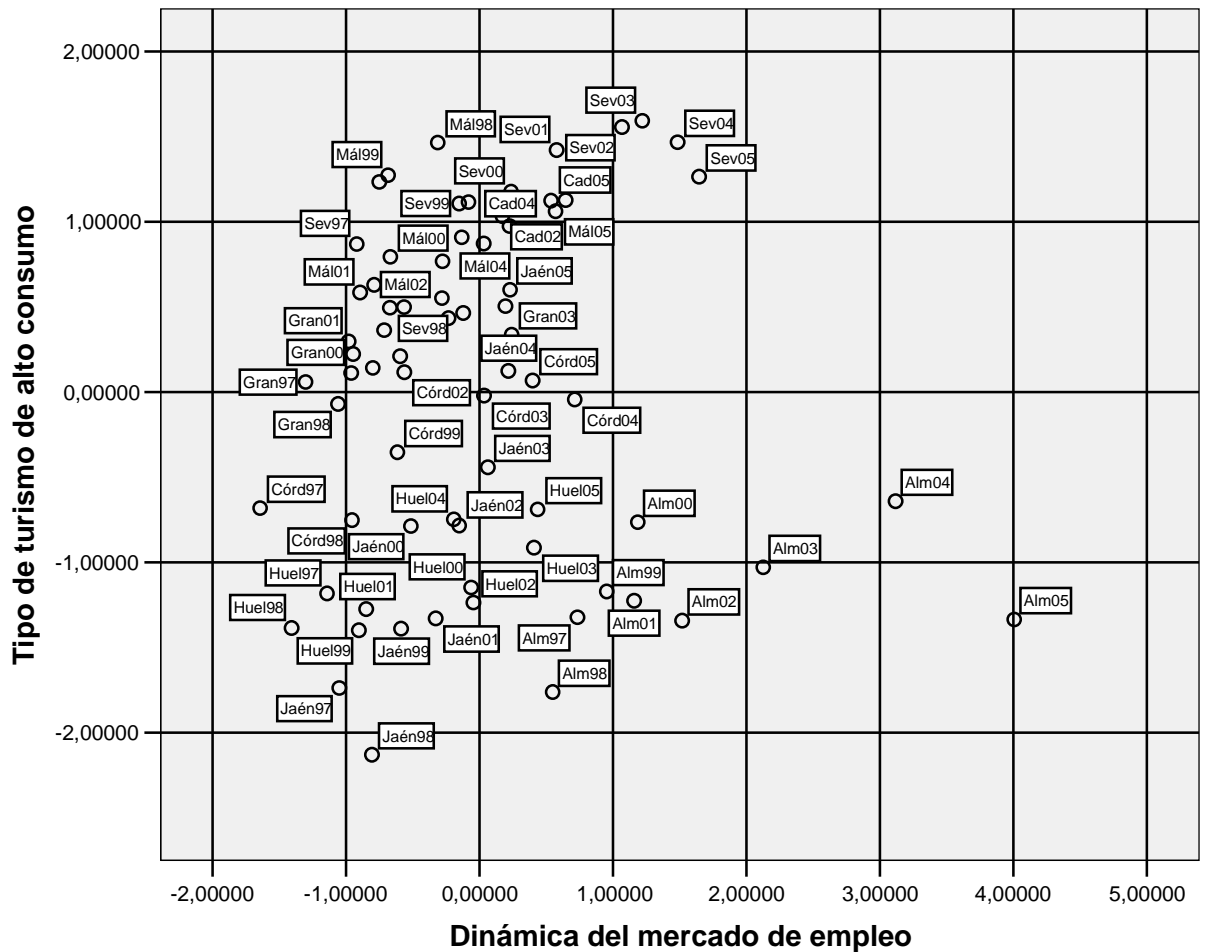


El gráfico anterior muestra que:

1. Málaga se ubica en el Cuadrante I registrando además un desplazamiento en relación a su puntuación en la dinámica del mercado de empleo en sentido positivo a medida que se avanza en la serie, obteniendo una puntuación para el año 2005 por encima de la media de este componente si bien en el resto del periodo se ubica debajo de la media. Como ya se había hecho referencia obtiene puntuaciones superiores a la media en el periodo considerado, por encima de un desvío llegando a tres.
2. Granada y Huelva son provincias que también se encuentran en el cuadrante I pero muy cercanas en sus puntuaciones a la media de la distribución en cuanto a dinámica turística.
3. En el cuadrante II Almería tiene un comportamiento atípico. Si entre el 97 y el 2001 sus puntuaciones giran en el entorno de más un desvío de la media del componente dinámica del mercado del empleo a partir del 2002 tiene un desempeño tal que llega a ubicarse a cuatro desvíos de la media en este componente en el 2005. Es claro que este caso merece detenerse de forma particular, dado en es la única provincia que tiene un comportamiento de tal intensidad y velocidad en este componente. Sin embargo debe destacarse que en varias provincias (Granada, Málaga, etc.) se verifica la misma tendencia a mejorar sus puntuaciones en el segundo componente conforme se avanza en la serie.
4. En el centro de la distribución Cádiz, que registra una tendencia en el mismo sentido que la señalada aunque recorre una distancia menor
5. En el tercer cuadrante Sevilla, debido a puntuaciones por encima de la media en dinámica del mercado de empleo y puntuaciones debajo de la media en dinámica turística
6. En último término, señalemos que Jaén y Córdoba se encuentran en el Cuadrante IV, punteando por debajo de la media en ambos componentes.



Ubicación de las provincias según sus puntuaciones en los componentes dinámica del mercado de empleo y tipo de turismo de alto consumo



Fuente: elaboración propia

En el Cuadrante I se ubican Málaga y Sevilla que conforme avanza el tiempo en la serie se desplaza al cuadrante II.

Granada, Córdoba y Jaén tienen puntos en el cuadrante I, básicamente correspondientes a la década del 2000.

El desplazamiento de Jaén a lo largo de la serie del Cuadrante IV al I es sorprendente. Pasa de ubicarse a menos de dos desvíos de la media en el componente turismo de alto consumo a superar la media en el 2005.



Almería se ubica en el cuadrante III con puntuaciones por debajo de la media en el componente tipo de turismo de alto consumo y con el comportamiento atípico en la dinámica del mercado de empleo (alcanza cuatro desvíos respecto de la media en el componente en el año 2005)

En el cuadrante IV se encuentran Huelva y Jaén salvo en los últimos puntos de la serie de cada una.

Comparación de resultados entre Uruguay y Andalucía

La comparación de las unidades territoriales turísticas consideradas para Uruguay y Andalucía revela similitudes entre ambos casos.

1. En primer lugar los componentes extraídos, - que son dos para Uruguay y tres para Andalucía-, sugieren que las variables relativas a la dinámica del mercado de trabajo son independientes del turismo, tanto sea porque no superen las pruebas para ser ingresadas en el modelo (como ocurre para el caso de Uruguay, en el que sólo entra la tasa de ocupación que satura con igual coeficiente en ambos componentes) como porque constituyen un componente ortogonal al resto.
2. En segundo lugar los componentes indican en ambos casos la distinción entre lo que podríamos llamar la dinámica turística o la magnitud de flujo del turismo, y el tipo de turismo. Para el caso de Uruguay se extrae un componente que asocia los días de estadía y la estacionalidad, caracterizando el turismo de sol y playa, mientras que para Andalucía la distinción se da en términos de tipo de consumo, o gasto promedio diario de los turistas.
3. En los dos casos la distribución de la población ocupada por sector se asocia al turismo. En el caso de Andalucía un porcentaje mayor de ocupados en servicios en la población ocupada satura en el componente turismo de alto consumo, (a la inversa de la saturación del porcentaje de ocupados en el sector agrario). En el caso



de Uruguay, el mayor porcentaje de ocupados en el sector servicios se asocia a la dinámica turística.

Los resultados de este análisis hacen pensar en una débil apoyatura empírica para los casos analizados de la premisa que el turismo genera per sé mayor empleo en las sociedades o territorios receptores. Los datos muestran - para el caso de Andalucía esto se vuelve más evidente todavía- , que el turismo (tanto en su magnitud como en su perfil) y la dinámica del mercado de empleo son independientes. Para el caso de Uruguay, y especialmente para algunas unidades territoriales la estacionalidad es muy pronunciada y por lo tanto se considera que los datos anuales pueden esconder procesos de determinación entre ambos componentes.

En principio podríamos avanzar en la idea de la debilidad del turismo en producir impactos sustantivos en el incremento de tasa de empleo y/o de actividad relativas al mercado de trabajo, al menos considerando ésta en función de datos anuales, para las unidades territoriales. Sin embargo, se aprecia que en ambos casos considerados el turismo se vincula fuertemente con la estructura del empleo por sectores de actividad. .

Modelo II para Andalucía.

El objetivo del modelo I es hacer estrictamente comparables los análisis para Uruguay y Andalucía, incluyendo las mismas variables, respectivas a cada caso.

Sin embargo, el tipo de turismo que se distingue en ambos tiene diferencias; mientras que en Uruguay la característica es ser estacional y de larga estadía, (turismo de sol y playa) la distinción que se establece en Andalucía corresponde al valor de gasto promedio diario de los turistas, lo que se denominó “turismo de alto consumo”.

Dado que para España se cuenta con un número de variables relativas a las características de la oferta turística por provincia y del uso que hacen de ella los turistas (especialmente para el caso de alojamiento), se incluyen ahora como segundo modelo para Andalucía.



Se toman de las variables disponibles⁵⁰:

1. Porcentaje de plazas de alojamiento
2. Porcentaje de plazas de hotel en el total de plazas de alojamiento
3. Porcentaje de turistas extranjeros que se hospedan en hoteles

Estas variables especifican aún más el turismo de alto consumo, entendiendo que el gasto promedio diario por turista extranjero es mayor que el que realizan los españoles, y que los hoteles son las plazas de alojamiento de mayor precio.

El modelo que resulta de incluir estas tres variables a las anteriores (del Modelo I), tiene una matriz de correlaciones con determinante diferente pero cercano a 0, siendo el valor del KMO es de 0.69 por lo que es pertinente la continuidad del análisis. Todas las variables salvo tasa de empleo (cuyo valor es de .467) tienen valores MSA de mayores de 0.65. Se decide continuar el análisis con tasa de empleo, dado que es cercano a 0.5 y teóricamente es relevante.

El ACP extrae tres componentes que explican el 84 % de la varianza total.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,812	40,101	40,101	4,812	40,101	40,101	4,274	35,616	35,616
2	3,501	29,178	69,279	3,501	29,178	69,279	3,728	31,067	66,684
3	1,760	14,663	83,942	1,760	14,663	83,942	2,071	17,259	83,942
4	,643	5,359	89,301						
5	,443	3,695	92,996						
6	,292	2,430	95,426						
7	,209	1,742	97,167						
8	,108	,897	98,065						
9	,100	,832	98,896						
10	,082	,679	99,576						
11	,032	,267	99,843						
12	,019	,157	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

⁵⁰ Los valores de todas las variables corresponden a un año de la serie 1997-2005 y remiten al ámbito provincia.



El resultado de los componentes rotados con el método varimax es el siguiente:

Rotated Component Matrix(a)

	Component		
	1	2	3
Zscore: gasto medio diario de turistas	-,402	,643	,312
Zscore: estanciamedia turistas	,942	-,019	,074
Zscore: %visi/pobderecho	,949	,110	,174
Zscore(visitantes)	,769	,546	,008
Zscore: %pobocupserv/ocup	,220	,880	,128
Zscore: %pobocupagro/ocup	-,117	-,860	,094
Zscore: %pobocupind/ocup	-,730	-,214	-,410
Zscore: tasa de empleo	,248	-,026	,911
Zscore: tasa de actividad	,155	,073	,901
Zscore: %plazas aloj/poblacionderecho	,920	-,226	,186
Zscore: %plazas hoteles	-,378	,784	,207
Zscore: %extranjeros en hoteles	,256	,878	-,164

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 5 iterations.

Fuente: elaboración propia

La inclusión de estas variables tal como se esperaba, no sólo mantiene la estructura latente extraída en el modelo I sino que la refuerza conceptualmente.

En el componente I (dinámica turística) se satura el porcentaje de plazas de alojamiento, lo cual es consistente dado que la oferta de alojamiento se corresponde con el flujo de turistas que recibe la provincia.

En el componente II, (tipo de turismo de alto consumo), saturan las variables porcentaje de plazas de hoteles en el total de plazas de alojamiento y el porcentaje de extranjeros que se hospedan en hoteles, junto con las variables de gasto medio diario de turistas y porcentaje de ocupados en servicios en el total de la población ocupada y

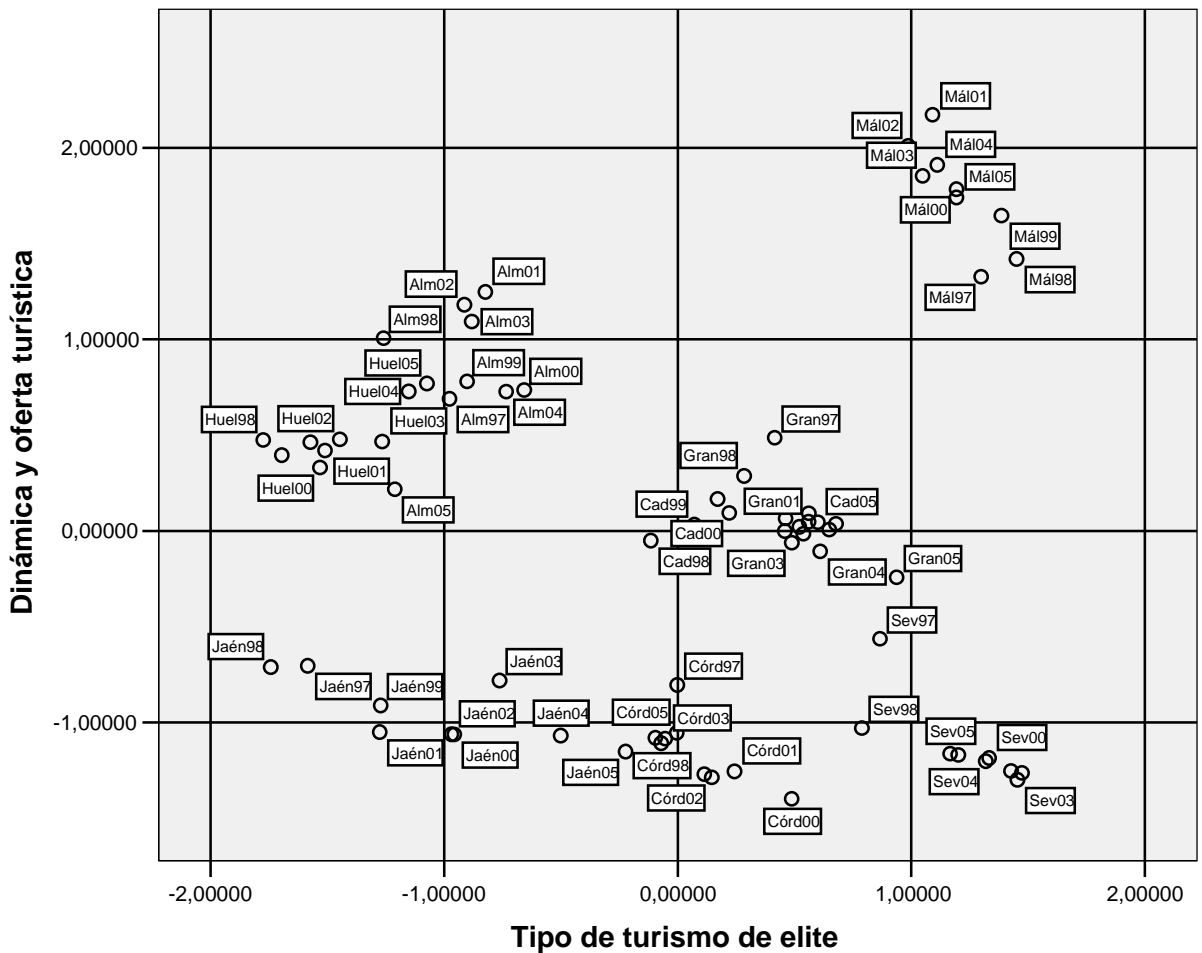


porcentaje de ocupados en el sector agrario sobre el total de la población ocupada. Las dos últimas variables tienen diferente signo y valor absoluto similar.

El tercer componente permanece inalterado saturando en él las variables tasa de empleo y tasa de actividad.

Según este nuevo modelo las provincias se ubican de la siguiente forma según las puntuaciones en cada uno de los componentes:

Ubicación de los casos según puntuación en los componentes Dinámica turística y Tipo de turismo de elite



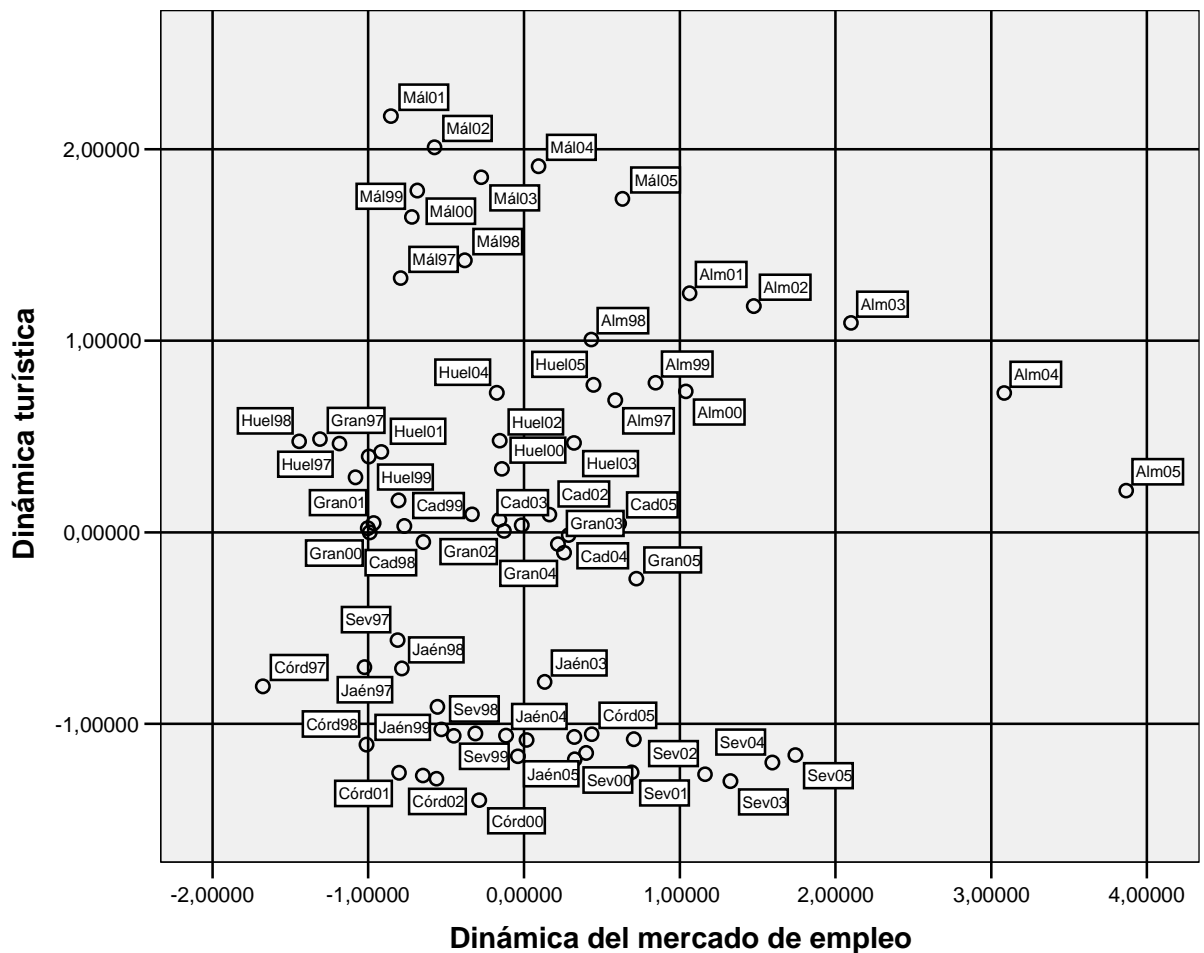
Fuente; elaboración propia



A partir de este modelo se establecen con más claridad los conglomerados.

1. En el cuadrante I. Almería y Huelva
2. En el Cuadrante II: Málaga
3. En el centro de la distribución: Granada y Cádiz
4. En el cuadrante III Sevilla
5. En el cuadrante IV: Jaén y Córdoba con ligero desplazamiento al cuadrante III

Ubicación de los casos según puntuación en los componentes Dinámica turística y Dinámica del mercado de empleo



Fuente: elaboración propia



Málaga se desplaza del cuadrante I al II a lo largo de la serie avanzando en sus puntuaciones en el componente dinámica del mercado de empleo.

Huelva, Granada y Cádiz, se ubican también en este cuadrante pero en el entorno de la media del componente dinámica turística, superando a medida que avanzamos en la serie las puntuaciones respectivas. Se advierte en estas provincias el desplazamiento en torno al eje dinámica del mercado de empleo, con sentido positivo a lo largo de la serie. Más allá de estos movimientos dados temporalmente, este conglomerado de provincias tiene valores centrales en la distribución.

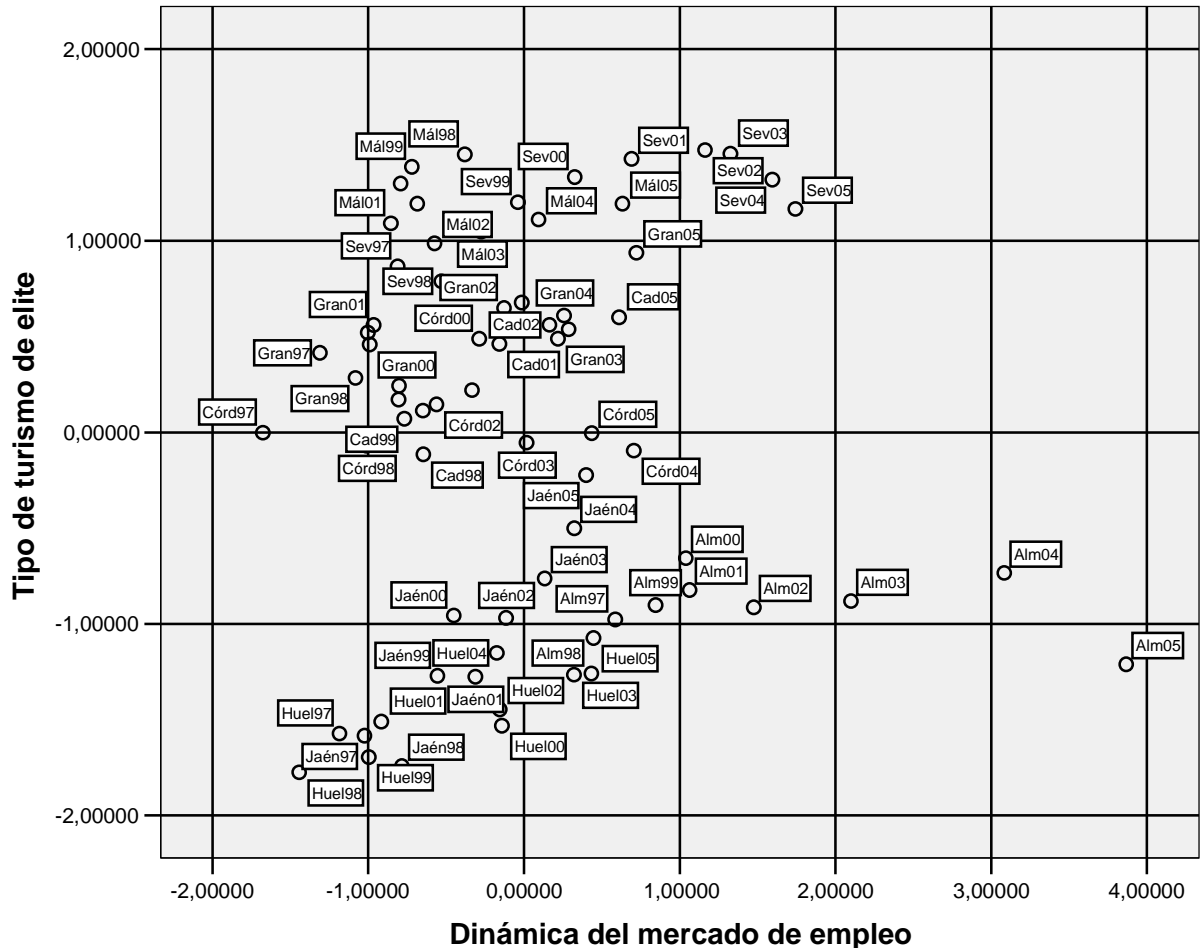
En cambio Almería mantiene en este modelo su atipicidad en el comportamiento respecto a la dinámica del mercado de empleo. Llega a posicionarse a casi 4 desvíos respecto a la media de Andalucía, en el 2005.

Sevilla, Jaén y Córdoba hacen todas, el traslado a lo largo de la serie del cuadrante IV al Cuadrante III, manifestando también la tendencia a una puntuación superior en los últimos valores de la serie (y distancias considerables en los extremos del periodo) en relación a la dinámica del mercado de empleo.

Lo cual hace pensar que las variaciones sustantivas en la dinámica del empleo no están atadas al comportamiento del turismo. No sólo porque son componentes ortogonales sino porque a medida que se aumenta las puntuaciones en el eje del mercado de empleo, se advierte una baja en la puntuación relativa de la serie en torno a la dinámica del turismo.



Ubicación de los casos según puntuación en los componentes Dinámica del mercado de empleo y Tipo de turismo de elite



Fuente: elaboración propia

Según el componente turismo de elite son Málaga y Sevilla las provincias de Andalucía con mejor desempeño. Granada evoluciona positivamente en sus puntuaciones a lo largo de la serie considerada en este componente, ubicándose a un desvío por encima de la media en el 2005.

Cádiz obtiene puntuaciones cercanas o superiores a la media, al igual que Córdoba en algunos puntos de la serie.

Jaén, Almería y Huelva tienen desempeños inferiores a la media en relación al componente turismo de elite. La última con las puntuaciones más bajas, iniciando la serie a



casi menos dos desvíos de la media, y en todo el periodo entre menos dos y menos un desvío.

Jaén evoluciona en el periodo acercándose a la media a lo largo de la serie, y Almería mantiene sus puntuaciones en este componente en el entorno de menos un desvío respecto a la media de Andalucía.

El tiempo como ya se había señalado tiene un peso fundamental en el componente dinámica del mercado de empleo dado que los desplazamientos de las provincias a lo largo de la serie en torno a este componente son de distancias superiores a los que se muestran en los otros dos. En general todas las provincias tienen un desplazamiento positivo en este eje, lo que señala mejoras en las puntuaciones respectivas a medida que avanzamos en la serie. Esto hace que muchas provincias incluso se desplacen de cuadrante en el gráfico.

Málaga y Sevilla se desplazan ambas del cuadrante I al II.

Granada tiene el mismo desplazamiento con puntuaciones menores a las dos provincias anteriores.

Cádiz y Córdoba se desplazan incluso del Cuadrante IV al II, aunque en el entorno de la media. La primera de éstas recorriendo una distancia sustantiva en relación al componente turismo de elite.

Huelva manifiesta un desplazamiento del cuadrante IV al III, al igual que Jaén, aunque esta última obteniendo puntuaciones cercanas a la media en turismo de elite en los últimos valores del periodo. Almería manifiesta un recorrido espectacular en dinámica de empleo, distanciándose 4 desvíos de la media en el 2005, constituyendo por eso un caso atípico sin cambiar del entorno de un desvío sus puntuaciones respecto al componente turismo de elite.

Concluyendo

Se muestra evidencia de comportamientos muy diferentes en relación al turismo y a la dinámica del mercado de empleo entre las provincias de Andalucía, lo cual sostiene la hipótesis de partida de impactos diferenciales que es necesario atender.



Las políticas de gestión, control de impactos e incluso de promoción del turismo, sugieren la necesidad de un ajuste local, adaptadas a las condiciones de cada uno de los territorios y de definición de estrategias diferenciadas para cada situación específica.

Las premisas de efectos del turismo (el turismo genera determinados impactos por sí mismo, independientemente de las condiciones de los territorios en los que éste se produzca) como un fenómeno autónomo a las condiciones que lo especifican, parece ser inconsistente.

En particular la premisa que el turismo dinamiza el mercado de trabajo del territorio en que se manifieste, no tiene una asociación inmediata con los datos presentados.

Almería representa un caso paradigmático en este sentido en que su crecimiento explosivo en términos absolutos y relativos en relación a la tasa de actividad y la tasa de empleo, difícilmente pueden ser asociados con el incremento de su flujo turístico, sino que es el caso contrario (a medida que crecen sus puntuaciones, conforme se avanza en los años de la serie, en la dinámica del mercado de empleo disminuye su puntuación en el componente dinámica turística, siendo estable su comportamiento respecto a turismo de elite).



ANÁLISIS FASE II: MODELOS TRIDIMENSIONALES

Ahora bien, es difícil continuar avanzando en clave comparada entre Andalucía y Uruguay básicamente por las características de la información respectiva disponible. Es notoria la especialización que adquiere para el caso español la construcción de indicadores de la oferta y registro del turismo sin que esto tenga un correlato similar, al menos hasta el momento, para el caso de Uruguay.

Por el contrario Uruguay demuestra una especialización en la medición de la situación social, particularmente en la medición de la pobreza y la distribución del ingreso de los hogares, y de la potencialidad de medir diferenciales por regiones geográficas, datos que no están disponibles públicamente o son de libre acceso como otros, para el caso español.

España revela un sistema estadístico que contempla claramente la dinámica migratoria, tanto internacional como de movilidad interna (de larga data, y que por lo tanto permite construir las series temporales), que es una de las grandes carencias del sistema de información estadística del Uruguay⁵¹.

Este hecho revela políticas respecto a la difusión y/o de construcción de indicadores y preocupaciones centrales desde las temáticas sobre las cuales es pertinente realizar mediciones sistemáticas y de carácter oficial, y/o si se quiere definición de nudos básicos de comportamientos socio-demográficos sobre los que fijar la atención y esfuerzos de

⁵¹ Esta variable tuvo un largo periplo en la ECH, la baja calidad obtenida de ella hasta el 2001, produce la quita de la pregunta en el formulario de encuesta en este año, anulando la posibilidad de continuidad de la serie y la vuelta a la inclusión en el 2006.



seguimiento, proceso determinado tanto desde el ámbito técnico como político, así como su difusión, que adquiere distancias irreductibles entre ambos casos analizados.

Más allá de la interpretación de este fenómeno sin duda analizable desde la disciplina sociológica y desde la ciencia política, tiene consecuencias inmediatas sobre el trabajo propuesto. No es posible establecer una comparación strictu-sensu dado que no se dispone de información paralela u homóloga siquiera para considerar dimensiones de análisis (ya no decir indicadores) para ambos espacios geográficos. Es por tanto imprescindible un giro en la estrategia del análisis, aprovechando las especificidades de cada uno de los casos, para intentar interpretar a la luz de los resultados que arrojen cada uno, hipótesis o líneas interpretativas para el otro.

En el caso de Uruguay, la medición de la pobreza y de la distribución de los ingresos de los hogares ha sido una preocupación absolutamente central desde hace al menos 4 décadas. Se han ensayado diferentes metodologías de medición de la pobreza, y se cuenta con definición de instrumentos de medición de los ingresos de los hogares de muy buena calidad gracias a un esfuerzo considerable (y relativamente muy superior al que se ha dedicado a la medición de otros asuntos sociales), que implica además de una articulación interdisciplinaria para ello (economía, sociología, etc.) una contribución cruzada de diferentes ámbitos políticos, académicos y técnicos con el Instituto Nacional de estadística, organismo rector del sistema estadístico nacional.

En este sentido, la potencialidad que adquiere la calidad de estas medidas admite continuar el estudio de los impactos del turismo analizando los comportamientos para cada una de las unidades territoriales turísticas seleccionadas para el caso de Uruguay, respecto a la pobreza y la distribución del ingreso.

En una gran parte de la bibliografía relativa al turismo se menciona como uno de los impactos “vistos como producto del turismo per sé”, la reducción de la pobreza (se postula entonces la teoría de un desborde sobre el conjunto de la población, debido al aumento del empleo y de la mejora en la distribución de los ingresos, que lo habilita como “pasaporte del desarrollo”, entendido no sólo como crecimiento económico sino como crecimiento social, es decir como un crecimiento económico acompañado de una distribución de los



beneficios de éste más equitativa, o sea reduciendo las desigualdades sociales (aunque básicamente económicas) entre la población.

Para el caso de Uruguay es posible, entonces incorporar al modelo ensayado anteriormente variables relativas a esta dimensión: porcentaje de hogares pobres, y brecha de ingresos de los hogares, indicando con ellas la desigualdad social de cada territorio.

Brecha de ingresos es una variable construida a partir de establecer el cociente entre los ingresos promedios (per cápita, indexados al 97, sin valor locativo, y diferenciando Montevideo – Interior) obtenidos entre los hogares del primer quintil y del quinto quintil de la distribución de ingresos para cada una de las unidades territoriales.

Por tanto para el caso de Uruguay se considerarán las dimensiones:

1. mercado de trabajo
2. turismo
3. desigualdad social

Para el caso de Andalucía:

1. mercado de trabajo
2. turismo
3. migración

MODELO TRIDIMENSIONAL PARA URUGUAY

Pretendiendo determinar la estructura latente de los datos para las unidades territoriales turísticas definidas para Uruguay, incluyendo variables que aludan a las dimensiones señaladas anteriormente se establece el modelo que integra las siguientes variables:



Mercado de trabajo

- Tasa de Actividad
- Tasa de desempleo
- Tasa de ocupación⁵²
- Porcentaje de la población ocupada en servicios en el total de la población ocupada
- Porcentaje de la población ocupada en industria en el total de la población ocupada
- Porcentaje de la población ocupada en el agro en el total de la población ocupada⁵³

Turismo

- Estacionalidad
- Días de estadía promedio
- Número de turistas
- Porcentaje que representan los turistas en el total de la población
- Gasto realizado por los turistas en US\$

Desigualdad social

- Brecha de ingresos de los hogares del primer y quinto quintil de la distribución de ingresos.
- Porcentaje de hogares pobres

⁵² Tasa de desempleo y tasa de ocupación son complementarias, y por tanto una combinación lineal de la otra, por lo que se incluirá una sola de éstas en el modelo

⁵³ Una de las tres últimas no se integrará al modelo por ser una combinación lineal de las otras dos.



Resultados del modelo

Sólo se presentan aquí los elementos fundamentales, obviando el desarrollo de cada uno de los pasos de decisión en la evaluación del modelo, que fue el esquema presentado en detalle anteriormente.

Valga decir que el KMO supera el valor de pertinencia del modelo y que el total de la varianza explicada por los componentes es de 86.2%. El primero de ellos luego de rotado explica el 36.3%; el segundo el 25.7% y el tercero el 24.2%.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,993	37,410	37,410	2,993	37,410	37,410	2,904	36,295	36,295
2	2,816	35,194	72,604	2,816	35,194	72,604	2,057	25,712	62,006
3	1,090	13,624	86,228	1,090	13,624	86,228	1,938	24,222	86,228
4	,491	6,134	92,362						
5	,274	3,421	95,783						
6	,249	3,113	98,896						
7	,060	,755	99,650						
8	,028	,350	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,559
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	283,636
df	28
Sig.	,000

Fuente: elaboración propia



Los factores explican más del 72% de la varianza de todas las variables incluidas en el modelo.

Comunalidades

	Inicial	Extraction
Zscore(visitantes)	1,000	,926
Zscore(estacionalidad)	1,000	,963
Zscore: %ocupr3	1,000	,832
Zscore(gastosenus)	1,000	,871
Zscore(díasestadia)	1,000	,964
Zscore(ocupados)	1,000	,721
Zscore(brecha)	1,000	,791
Zscore: hogares pobres	1,000	,830

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

Luego de rotados los componentes mediante el método varimax se obtienen los siguientes coeficientes factoriales:

Rotated Component Matrix(a)

	Component		
	1	2	3
Zscore(visitantes)	,948	,045	-,156
Zscore(estacionalidad)	-,330	-,205	,901
Zscore(díasestadia)	,149	-,165	,957
Zscore: %ocupr3	,804	,385	-,193
Zscore(gastosenus)	,892	-,254	,102
Zscore(ocupados)	,571	-,552	,301
Zscore: hogares pobres	-,178	,880	-,157
Zscore(brecha)	,270	,834	-,153

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 5 iterations.

Fuente: elaboración propia



En el componente 1 saturan las variables estandarizadas: número de visitantes, porcentaje de ocupados en el sector servicios sobre el total de ocupados, gasto de turistas en dólares. Tasa de ocupación es una variable que satura en dos componentes con diferente signo aún después de rotada. En este componente tiene un coeficiente factorial positivo.

En el segundo componente saturan las variables: hogares pobres y brecha de ingresos de hogares (primer y quinto quintil) y tasa de ocupación con coeficiente factorial con signo negativo.

El tercer componente está integrado por las variables estacionalidad y días de estadía.

Se aprecia que se mantiene la estructura latente anterior, agregándose un nuevo componente ortogonal con los anteriores, constituido por la dimensión pobreza y desigualdad social. En este último componente el signo negativo de la variable tasa de ocupación en su coeficiente factorial supone una correlación inversa entre la tasa de ocupación la desigualdad social y la pobreza.

El hecho que los componentes sean ortogonales, supone la independencia entre ellos. Lo cual sugiere que ni la dinámica turística ni el tipo de turismo tienen impacto sobre la desigualdad social (en relación a los ingresos de los hogares) ni en el nivel de pobreza de las unidades territoriales. Esto muestra empíricamente en este caso analizado la imposibilidad de asumir como cierta la premisa que el turismo tiene como efecto el desarrollo económico y social, para la población residente del territorio receptor.

En el primer componente (habiendo sido rotados) de este modelo saturan las variables número de visitantes, porcentaje de ocupados en el sector servicios en el total de la población ocupada, gastos en dólares realizados por turistas. Se sigue manteniendo entonces una integración similar al modelo anterior en este componente al que le mantenemos por tanto el nombre; dinámica turística aludiendo al flujo de turistas y su correlato en gastos para cada territorio.

La tasa de ocupación es una variable que satura con magnitudes similares y sentido inverso en los componentes 1 y 2.



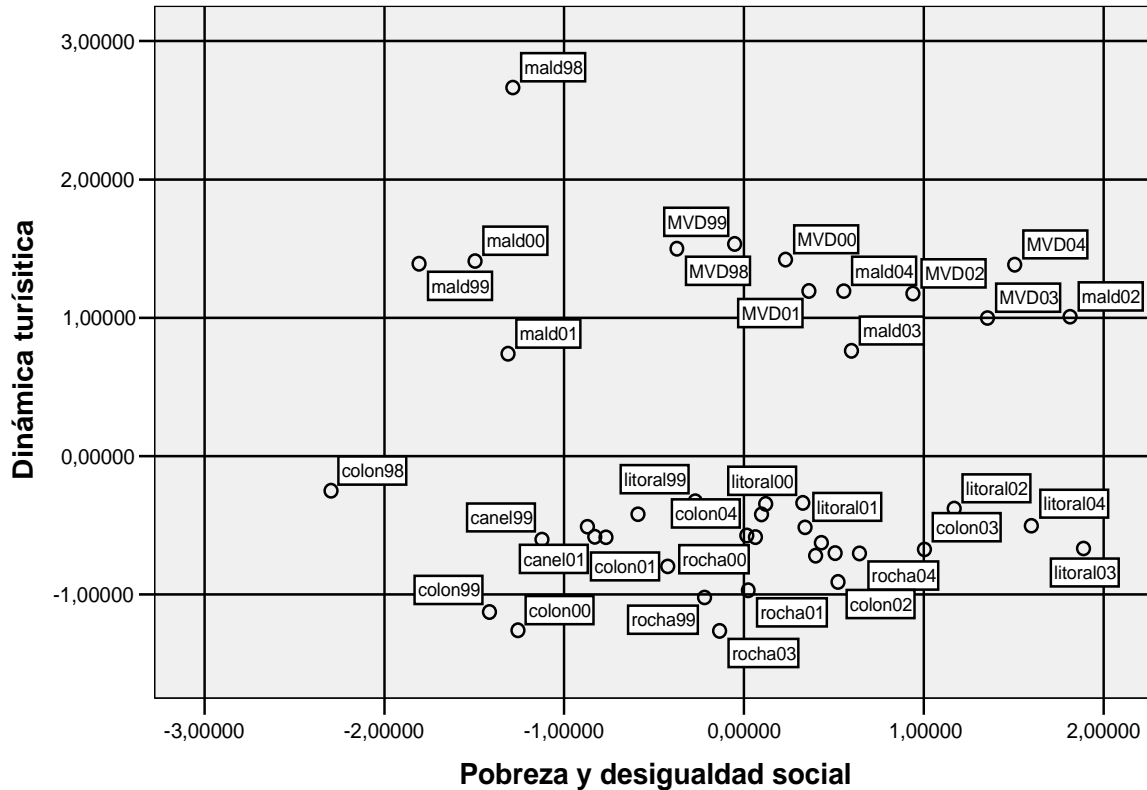
En el segundo componente saturan las variables desigualdad social y brecha de ingreso de los hogares, y la tasa de ocupación en sentido inverso, para la que vale la aclaración hecha anteriormente. Lo cual es consistente (a menor tasa de ocupación mayor número de hogares pobres, especialmente dado que la variable fue construida en función de la metodología de línea de pobreza). Este componente muestra por tanto la dimensión desigualdad social.

En el tercer componente saturan las variables estacionalidad y días de estadía, que ya había sido designado y permanece sin modificaciones como tipo de turismo sol y playa.

Como los componentes extraídos son ortogonales por definición, puede asegurarse que la desigualdad social es independiente de la dinámica turística y de tipo de turismo sol y playa por lo que se descarta (a partir de esta información empírica) la evidencia de un impacto producido por el turismo (ni en términos de magnitud de flujo de personas o de dinero; ni en términos del tipo de turismo que caracteriza a cada unidad territorial) en la desigualdad social.



Ubicación de las unidades territoriales turísticas según puntuaciones de componentes Dinámica turística y Pobreza y desigualdad social



Fuente: elaboración propia

Maldonado tiene un comportamiento respecto al componente pobreza y desigualdad social ampliamente variable en el periodo considerado. De hecho es uno de los departamentos que acusa la crisis del 2002 con mayor impacto en este sentido. Pasa de ubicarse a menos de dos desvíos de la media al comienzo de la serie a ubicarse a casi dos desvíos por encima de la media en el 2002. En los años siguientes se acerca a la media.

Montevideo acusa variaciones menos pronunciadas, aunque más sostenidas ya que desde el 2001 sus puntuaciones no dejaron de alejarse positivamente de la media hasta Superarla en 1,5 desvíos en el 2004.

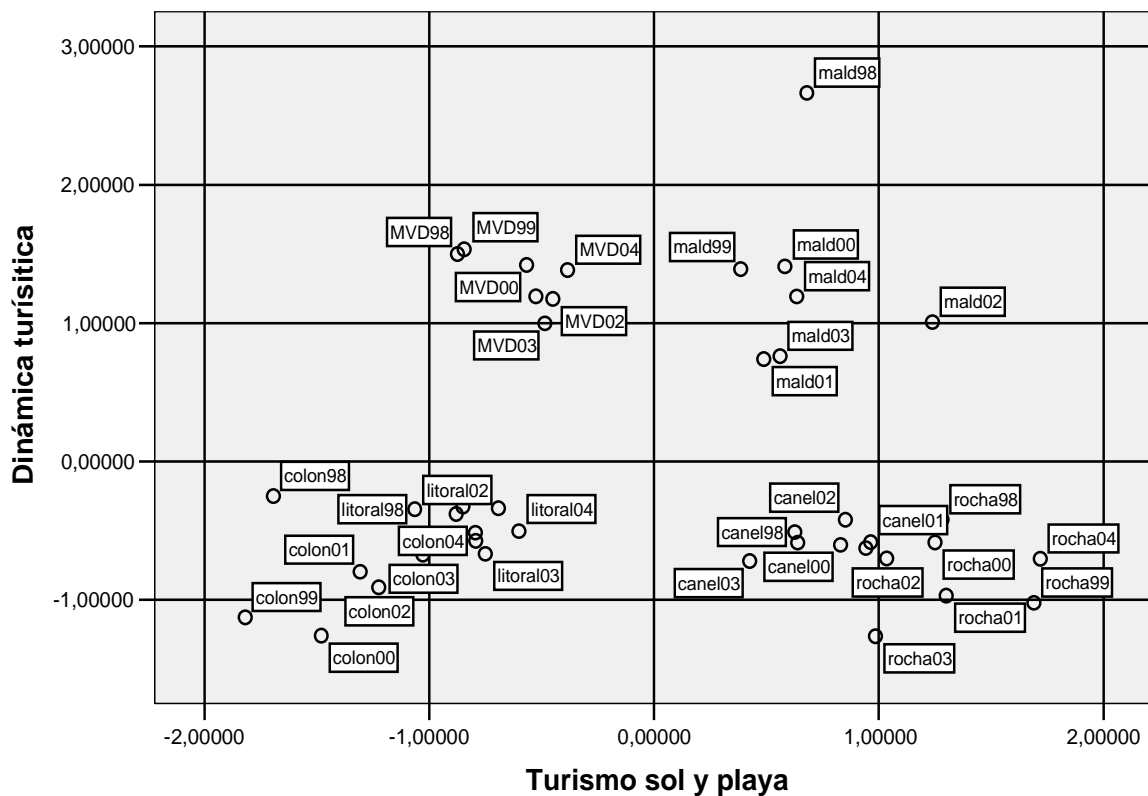


Canelones es la unidad turística de menor rango de variación respecto al componente pobreza y desigualdad social. Desde el 2001 tiene una tendencia sostenida a su incremento, pero no llega a superar 0.5 desvíos de la media.

Colonia es - junto con Maldonado- de los departamentos en que el impacto de la crisis del 2002 sobre la pobreza y la desigualdad es mayor. Pasa de ubicarse al inicio de la serie en este componente a 2,5 desvíos por debajo de la media para llegar en el 2003 a más de un desvío por encima. En el año 2004 regresa a valores cercanos a la media de la distribución en este componente.

Rocha fluctúa en un rango de .0,5 a 0.5 desvíos respecto a la media en el periodo, mientras el **litoral termal** pasa al inicio de la serie de puntuar por debajo de la media a casi los dos desvíos por encima en el 2004. (ver anexo N° 1)

Ubicación de las unidades territoriales turísticas según puntuaciones de componentes Dinámica turística y Turismo sol y playa



Fuente: elaboración propia



TurismoS y TerritorioS



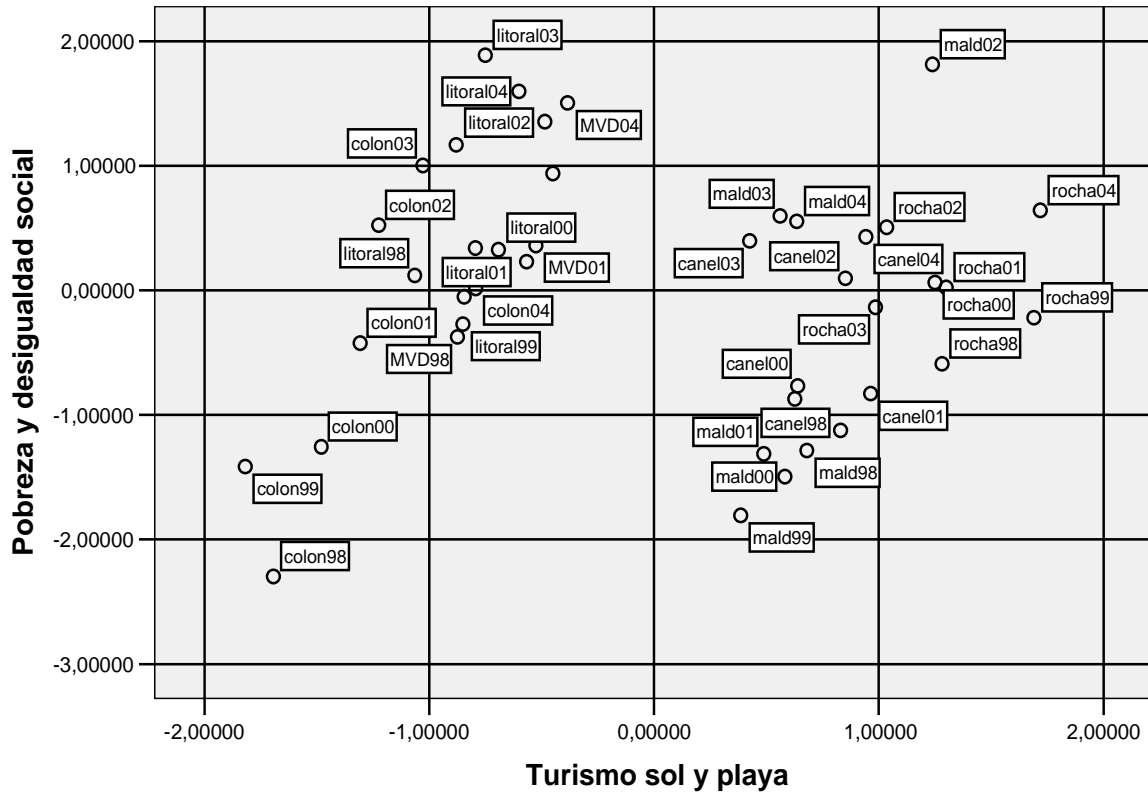
Como vemos, no se presentan variaciones sustantivas en este modelo (tri-dimensional) respecto al anterior (bi-dimensional) en como se posicionan las diferentes unidades territoriales turísticas en los cuadrantes del gráfico respecto a estos componentes que son comunes a ambos modelos. Montevideo permanece en el primer cuadrante, Maldonado en el II, Colonia y el Litoral Termal en el III y Rocha y Canelones en el IV.

Es interesante marcar que las puntuaciones mas altas en pobreza y desigualdad social para todas las unidades, -tanto sean aquellas que se ubican por encima de la media como debajo de ésta en “turismo de sol y playa”-, corresponden a los últimos tres años de la serie, coincidiendo con los años de una de las crisis de mayor impacto en el país en los últimas décadas.

No se aprecian patrones diferenciales en el comportamiento el componente pobreza y desigualdad social entre aquellas unidades que se ubican como receptoras de turismo de perfil sol y playa respecto a las otras.



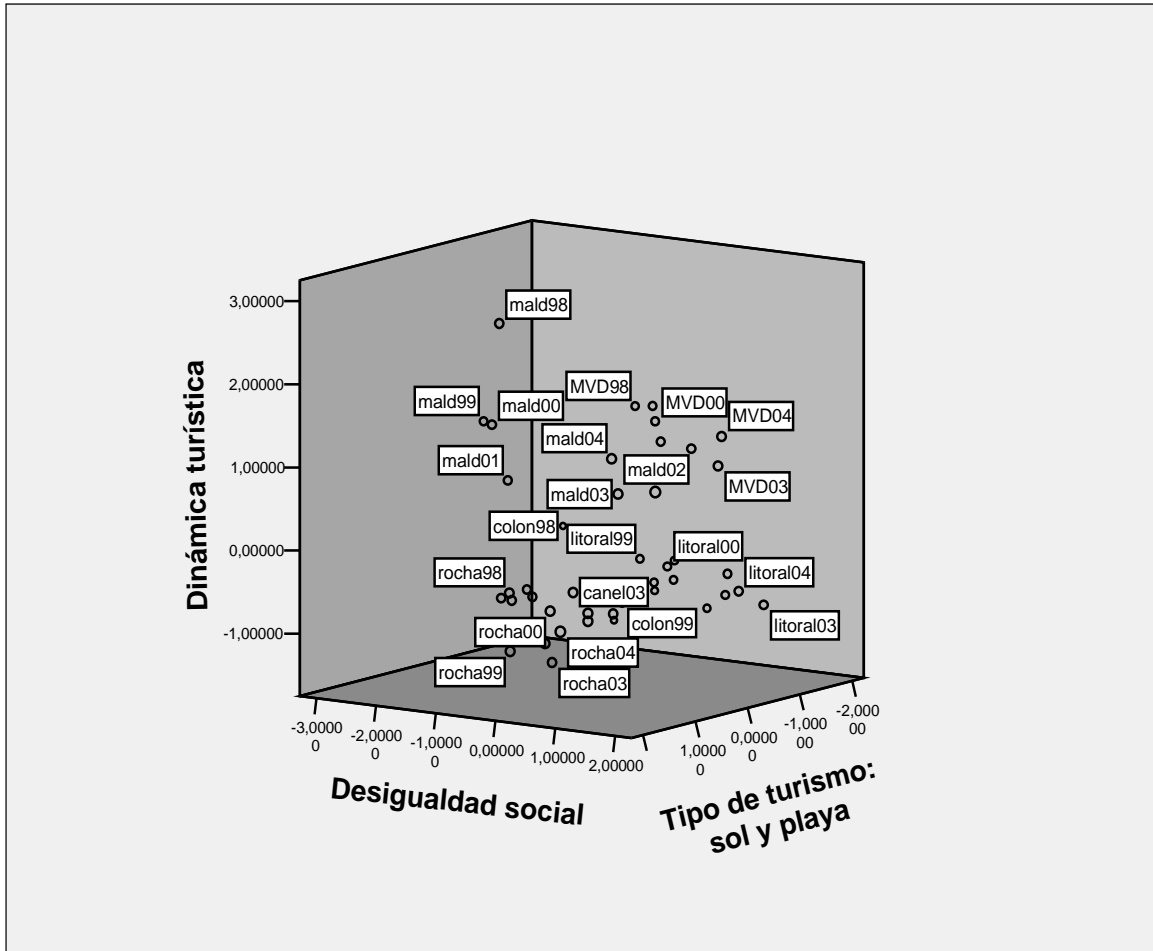
Ubicación de las unidades territoriales turísticas según puntuaciones de componentes Pobreza y desigualdad social y Turismo sol y playa



Fuente: elaboración propia



Gráfico tridimensional



Fuente: elaboración propia



Modelo tridimensional para Andalucía

Como se adelantó el modelo tridimensional seleccionado para el caso de Andalucía incluye variables que refieren a las dimensiones: Mercado de trabajo, turismo; y migración.

Es de relevancia considerar que: *“el análisis factoriales comienza con la elaboración de unas hipótesis sobre los factores latentes que – a juicio del investigador- están presentes en un determinado ámbito de referencia. Para ello debe realizar una definición precisa del ámbito que se desea investigar, fijando la estructura factorial hipotética de ese ámbito. Este punto de partida puede ser puramente especulativo (análisis factorial exploratorio) o estar fundado en una teoría contrastada (análisis factorial confirmatorio). A continuación deben identificarse las variables que se espera estén relacionadas con los factores hipotéticos, puesto que la elaboración de un modelo factorial depende de la elección de las variables que sean capaces de definir los factores esperados. Es imposible descubrir un factor para el que no existen variables capaces de definirlo, de modo que la selección de las variables introducidas en el análisis factorial es de vital importancia para la obtención del resultado”* (Díaz de Rada, 2002:1997)

Debe destacarse la importancia teórica-conceptual de la dinámica socio-demográfica de la inmigración y de sus características (países de origen, etnias, razas, perfil etario y de sexo de los inmigrantes, idiomas, etc.) en varios sentidos: en el impacto que produce en los mercados de empleo provinciales, en cuanto a las potencialidades de modificaciones de la tasa de natalidad –particularmente si se reciben mujeres jóvenes provenientes de “países del sur” que tienen tasas de fecundidad mayores que en Europa, que pueden alterar el proceso de envejecimiento de la población que caracteriza también a España- , impronta de desarrollo de algunos sectores económicos intensivos en uso de mano de obra, conflictos sociales inter-culturales, pautas de segregación socio-espacial, modificación de la demandas de servicios públicos –salud, educación-, entre otros⁵⁴.

⁵⁴ La distribución anual y la evolución de la serie considerada (1998-2005) para todas las provincias andaluzas en las variables relativas a la dinámica inmigratoria se presentan en el Anexo II.

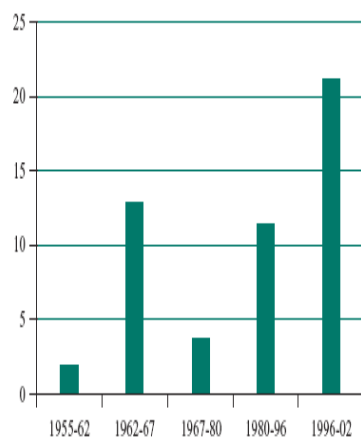


La dinámica inmigratoria a España (que adquiere características diferenciales por región) se constituye como uno de las cuestiones relevantes en el periodo de estudio de este trabajo por lo que se ha considerado central su inclusión como dimensión en el modelo.

“De modo general podemos decir que se han registrado tres periodos importantes de inmigración extranjera hacia España-. El primero en la década de los sesenta, durante el quinquenio 1962-1967, cuando el residentes se incrementó en un promedio de 12,9% anual. El segundo se extiende a lo largo de una década y media, entre 1980 y 1996, época en que la media de incremento en se sitúa en un nivel algo inferior (11,5% anual). El tercero comienza en 1996 y continúa hasta hoy; es el periodo de mayor incremento de la inmigración extranjera, que crece en torno al 21,3% por año. Este último periodo parece anunciar el inicio de un nuevo ciclo, en el que la inmigración se convierta en uno de los rasgos mas destacados de la estructura social española.” (Colectivo IOE, 2002)

RESIDENTES EXTRANJEROS

Crecimiento anual en porcentaje

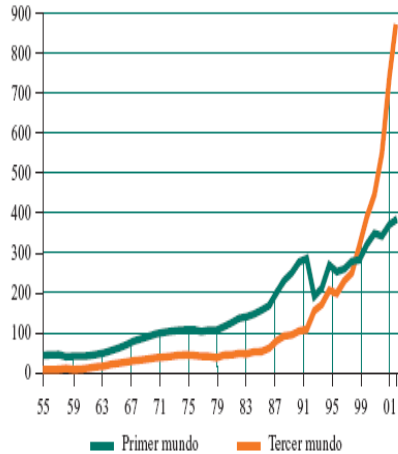


Fuente: Colectivo IOE, 2002



RESIDENTES EXTRANJEROS EN ESPAÑA. 1955-2002

En miles de personas



Fuente: Colectivo IOE, 2002

En relación a la inmigración española, debe destacarse la diferencia en la composición de los residentes extranjeros. Quienes provienen del “primer mundo” representan el 72% en 1985 y el 53% en 1995. A partir de 1997 los “inmigrantes del sur” se convierten en mayoritarios con tendencia al incremento creciente. En términos de magnitudes⁵⁵, en marzo de 2002 el total de residentes en España supera 1.200.000 de personas, 870.000 proceden de países “pobres” y 388.000 de naciones “ricas”. (Colectivo IOE, 2002)

La distribución geográfica de la inmigración no es homogénea en España. En la Comunidad Autónoma de Andalucía la provincia de Málaga es la que registra en el 2002, la mayor porción de residentes extranjeros (5%), seguida por Almería (3%). En Cádiz, Granada y Huelva los extranjeros representan entre el 0,7 y el 2%.

⁵⁵ Dos precisiones relevantes: el registro de los residentes extranjeros que proviene de las cifras oficiales es de quienes han conseguido ya su permiso de residencia. Los inmigrantes “sin papeles” no se registran como tales, excepto por registros policiales eventual y tardíamente. El otro fenómeno “oculto” en estas cifras es de aquellos residentes que provenientes de países extranjeros han tramitado y obtenido la nacionalidad española. Por este motivo no aparecen en las cifras de extranjería. Ambos factores producen que la cifra de extranjeros esté subvalorada.



Sin embargo más que la distribución univariada de residentes extranjeros por provincia, lo que interesa es “la densidad” (porcentaje de extranjeros sobre la población de cada provincia). Este indicador nos muestra que Almería es la Comunidad Autónoma que representa los extremos: Almería tiene 8 extranjeros de cada 100 habitantes, mientras que Córdoba registra 0.6%.

Un dato relevante es que el incremento de la densidad de extranjeros entre 1998 y 2002 es mayor relativamente en aquellas provincias que presentan valores bajos, lo cual señala alteraciones en los flujos en cuanto al destino de residencia. Para el caso de Andalucía se destaca el caso de Jaén.

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE LA POBLACIÓN EXTRANJERA

Marzo de 2002. En porcentajes sobre el total de extranjeros

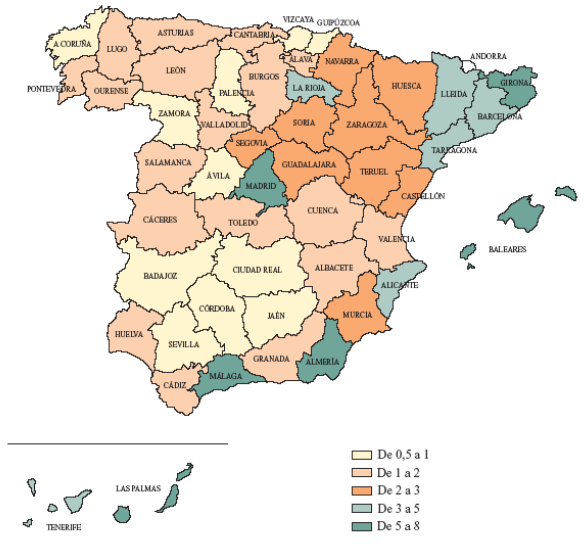


Fuente: Colectivo IOE, 2002



PORCENTAJE DE POBLACIÓN EXTRANJERA SOBRE LA POBLACIÓN PROVINCIAL

Marzo de 2002. En porcentajes sobre el total provincial



Fuente: Colectivo IOE, 2002

Si para toda España en el año 2002, la distribución por zonas de origen de los extranjeros era del 29,3% América Latina, 21,8% Magreb, 21,2% Europa Occidental, 7,7% Europa del Este, 7,7% Asia, 4,0% África subsahariana, y 8,3% otros, el origen de los residentes extranjeros también verifica una distribución provincial diferente. Para ilustrar con las dos provincias de Andalucía de mayor densidad de residentes extranjeros: Málaga registra 38,5% de extranjeros provenientes de Europa Occidental, 27,3% de otras zonas, 11,3% del Magreb y 10% de América Latina, mientras que de los extranjeros que residen en Almería el 49,2 % provienen del Magreb, el 13,5% de América Latina, el 10,6% de África subsahariana el 9,1 de Europa del Este.

Habiendo entonces, justificado la relevancia de la inclusión de variables que consideren el fenómeno de la inmigración que vive en el periodo España, dada la “cuestión social” que ésta representa, es de orden incluir variables que den cuenta de ésta y que permitan el estudio de su vinculación con el turismo en la región andaluza.



Por tanto a las del modelo anterior (mercado de empleo y turismo) se incluyen las que indican sobre migración que son:

- Porcentaje de inmigrantes sobre población de derecho
- Porcentaje de inmigrantes procedentes del extranjero sobre población total
- Porcentaje de inmigrantes procedente del extranjero sobre inmigración interior
- Porcentaje de emigrantes sobre población de derecho

Las variables fueron todas previamente estandarizadas a su inclusión en el modelo.

Finalmente el modelo óptimo queda integrado por 14 de las anteriores variables donde cada una supera el 0.52 de MSA individual. El modelo explica el 83,2% de la varianza total, extrayendo tres componentes, el primero explica el 42.5% de la varianza el segundo el 25.6 % y el tercero el 15.04 %. El KMO arroja un valor de 0.703 y el test de Barlett 1248,910 para 91 grados de libertad, con significación plena.



Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,956	42,545	42,545	5,956	42,545	42,545	4,323	30,879	30,879
2	3,586	25,612	68,156	3,586	25,612	68,156	3,725	26,610	57,489
3	2,106	15,041	83,197	2,106	15,041	83,197	3,599	25,708	83,197
4	,671	4,791	87,988						
5	,539	3,852	91,840						
6	,344	2,460	94,300						
7	,206	1,470	95,770						
8	,162	1,154	96,924						
9	,134	,957	97,882						
10	,115	,823	98,705						
11	,075	,533	99,238						
12	,067	,479	99,718						
13	,025	,178	99,896						
14	,015	,104	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: elaboración propia

Las 14 variables incluidas tienen más del 65% de sus varianzas explicadas por los componentes.



Communalities

	Initial	Extraction
Zscore: %visi/pobderecho	1,000	,935
Zscore: %plazas aloj/poblacionderecho	1,000	,915
Zscore: estanciamedia turistas	1,000	,854
Zscore(visitantes)	1,000	,922
Zscore: %pobocupconst/ocup	1,000	,688
Zscore: tasa de empleo	1,000	,944
Zscore: tasa de actividad	1,000	,728
Zscore: % inmigración total/población de derecho	1,000	,879
Zscore: % inmigrantes extranjeros /inmigración total	1,000	,854
Zscore: %pobocupagro/ocup	1,000	,778
Zscore: %pobocupserv/ocup	1,000	,826
Zscore: gasto medio diario de turistas	1,000	,656
Zscore: %extranjeros en hoteles	1,000	,850
Zscore: %plazas hoteles	1,000	,818

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Luego de rotado por el método VARIMAX se obtienen los siguientes coeficientes factoriales, -que ordenados marcan las siguientes dimensiones-:

Fuente: elaboración propia



Rotated Component Matrix(a)

	Component		
	1	2	3
Zscore: estanciamedia turistas	,910	,037	,155
Zscore: %visi/pobderecho	,899	,159	,319
Zscore: %plazas aloj/poblacionderecho	,894	-,175	,292
Zscore(visitantes)	,741	,592	,149
Zscore: %pobocupconst/ocup	,639	,056	,526
Zscore: %extranjeros en hoteles	,205	,892	-,114
Zscore: %pobocupserv/ocup	,137	,889	,129
Zscore: %pobocupagro/ocup	-,114	-,873	,047
Zscore: %plazas hoteles	-,467	,751	,189
Zscore: gasto medio diario de turistas	-,477	,614	,228
Zscore: tasa de empleo	,130	-,031	,962
Zscore: tasa de actividad	,017	,071	,850
Zscore: % inmigración total/población de derecho	,426	,099	,829
Zscore: % inmigrantes extranjeros /inmigración total	,460	,094	,796

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 6 iterations.

Fuente: elaboración propia

Componente 1:

Está integrado por las variables: estancia media de turistas, porcentaje de visitantes sobre población de derecho porcentaje de plazas de alojamiento sobre la población de derecho, número de visitantes, porcentaje de población ocupada en la construcción sobre la población ocupada.

Estas variables aluden a la **magnitud del flujo de turistas y permanencia** (tasa media de turistas, número de visitantes, porcentaje de visitantes sobre población de derecho) y de la **oferta de alojamiento que se dispone** (porcentaje de plazas de



alojamiento sobre población de derecho). Satura también en este componente el porcentaje de población ocupada en el sector de la construcción en el total de personas ocupadas.

Llamaremos a este componente **Dinámica turística**.

Componente 2

En el segundo componente saturan las variables porcentaje de extranjeros que se alojan en hoteles, porcentaje de población ocupada en servicios sobre población ocupada, porcentaje de población ocupada en el agro sobre población ocupada, porcentaje de plazas de hoteles sobre el total de plazas de alojamiento, gasto medio diario de turistas.

Por tanto se encuentran las variables que representan un perfil de turistas de alto consumo (gasto medio diario, porcentaje de extranjeros que se alojan en hoteles) así como una oferta adecuada a este perfil (porcentaje de plazas en hoteles en el total de plazas de alojamiento). Saturan en este componente dos variables que dan cuenta de la estructura de la ocupación según sector de la fuerza de trabajo de la provincia: porcentaje de ocupados en servicios sobre el total de ocupados y porcentaje de ocupados en el agro sobre el total de ocupados. La última satura con signo negativo y con valor absoluto muy similar a la anterior.

A este segundo componente lo denominaremos **Turismo de Alto Consumo**, sabiendo a este perfil de turismo se asocia positivamente el porcentaje de ocupados en servicios sobre el total de ocupados y negativamente el porcentaje de ocupados en el agro sobre el total de ocupados.

Componente 3:

Saturan en este componente variables que reflejan la dinámica del mercado de empleo: tasa de actividad y tasa de empleo; variables que dan cuenta de la dinámica y estructura inmigratoria: el porcentaje de inmigrantes sobre la población de derecho y el porcentaje de inmigrantes extranjeros sobre la inmigración total.

Llamaremos a este componente: **Dinámica inmigratoria y de empleo**.

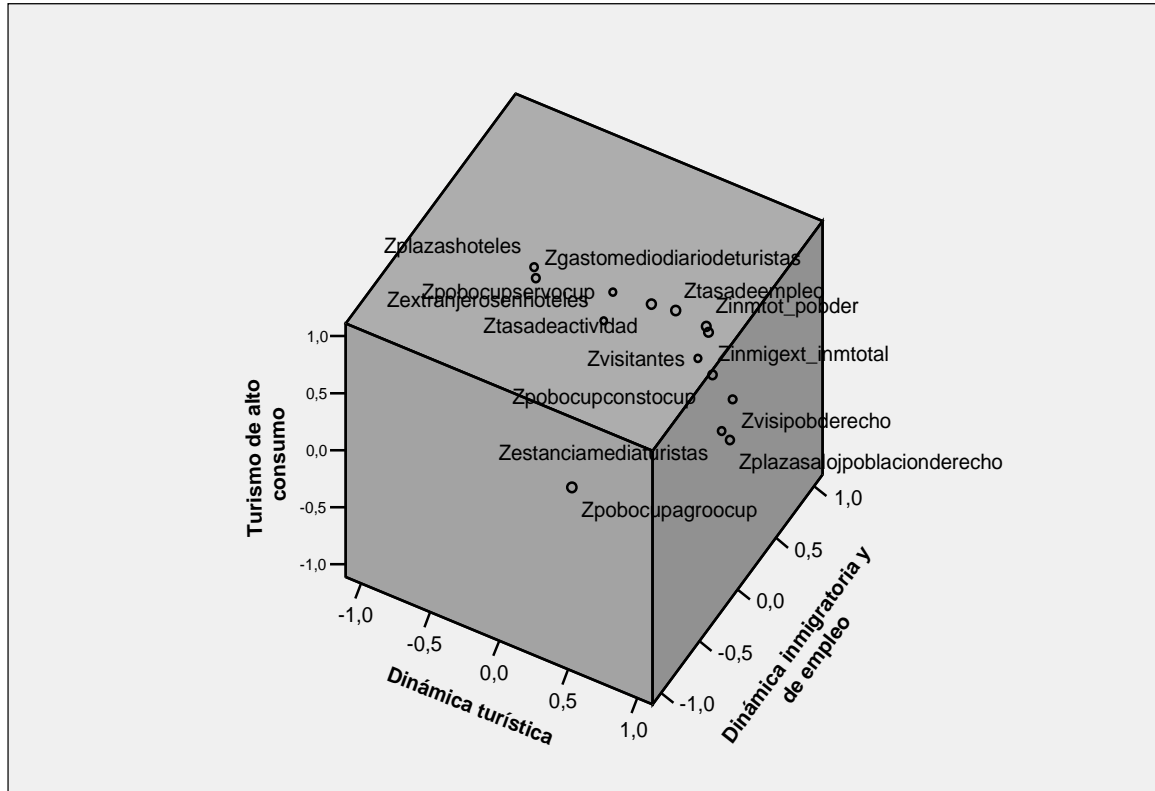


Dado que los tres componentes son ortogonales por definición, la dinámica de turismo, y el tipo de turismo (de alto consumo) son independientes de la dinámica de la actividad y de empleo (tasas), no así de la composición de la ocupación en sectores. Mientras que la mayor proporción de ocupados en la construcción se asocia con la dinámica turística, mayores proporciones de ocupados en servicios se vinculan al turismo de alto consumo, y en sentido inverso la proporción de ocupados en el agro. Por otra parte, la dinámica del mercado de trabajo (tasa de actividad y de empleo) se encuentra asociada a la dinámica de la inmigración (tanto en el porcentaje que representan los inmigrantes sobre el total de la población de derecho, como la proporción de inmigrantes procedentes del extranjero sobre la inmigración total)

Las variables se ubican de esta forma luego de haber rotado los ejes de los componentes, por el método varimax, que maximiza la saturación en un componente sin alterar la varianza que explica cada uno, ni la varianza total que explica el modelo.



Gráfico de componentes en el espacio rotado



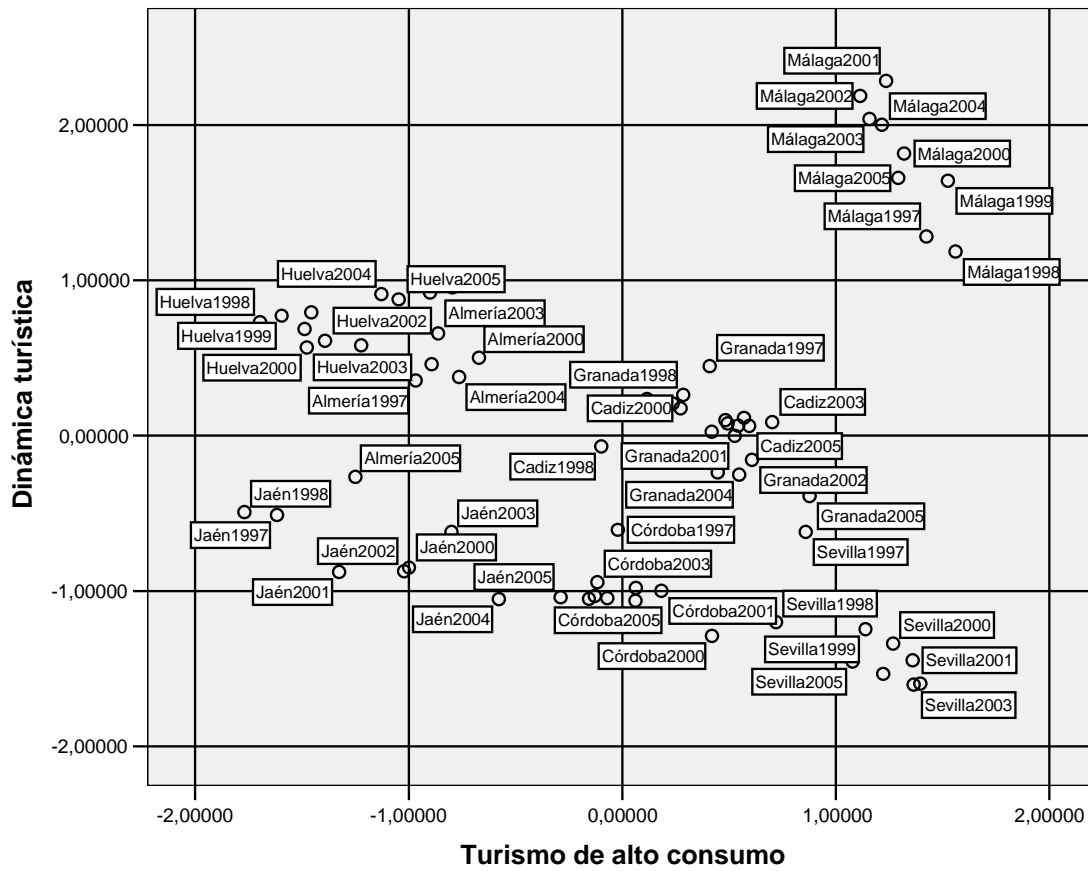
Fuente: elaboración propia

Ubicación de las provincias según las puntuaciones en los componentes factoriales extraídos.

Considerando estos componentes, no se observan diferencias sustantivas en cómo se ubican las provincias que las que las que marcaban en los modelos anteriores. En el cuadrante I, se ubica Huelva y Almería en algunos años de la serie, en el cuadrante II Málaga y granada (En sus primeros años de la serie pero siempre bordeando el centro de la distribución. En el cuadrante II Córdoba cercana a la meda y más alejada positivamente en el turismo de alto consumo y negativamente en la dinámica turística se encuentra Sevilla. En el cuadrante IV se posiciona Jaén con puntuaciones por debajo de la media en ambos componentes.

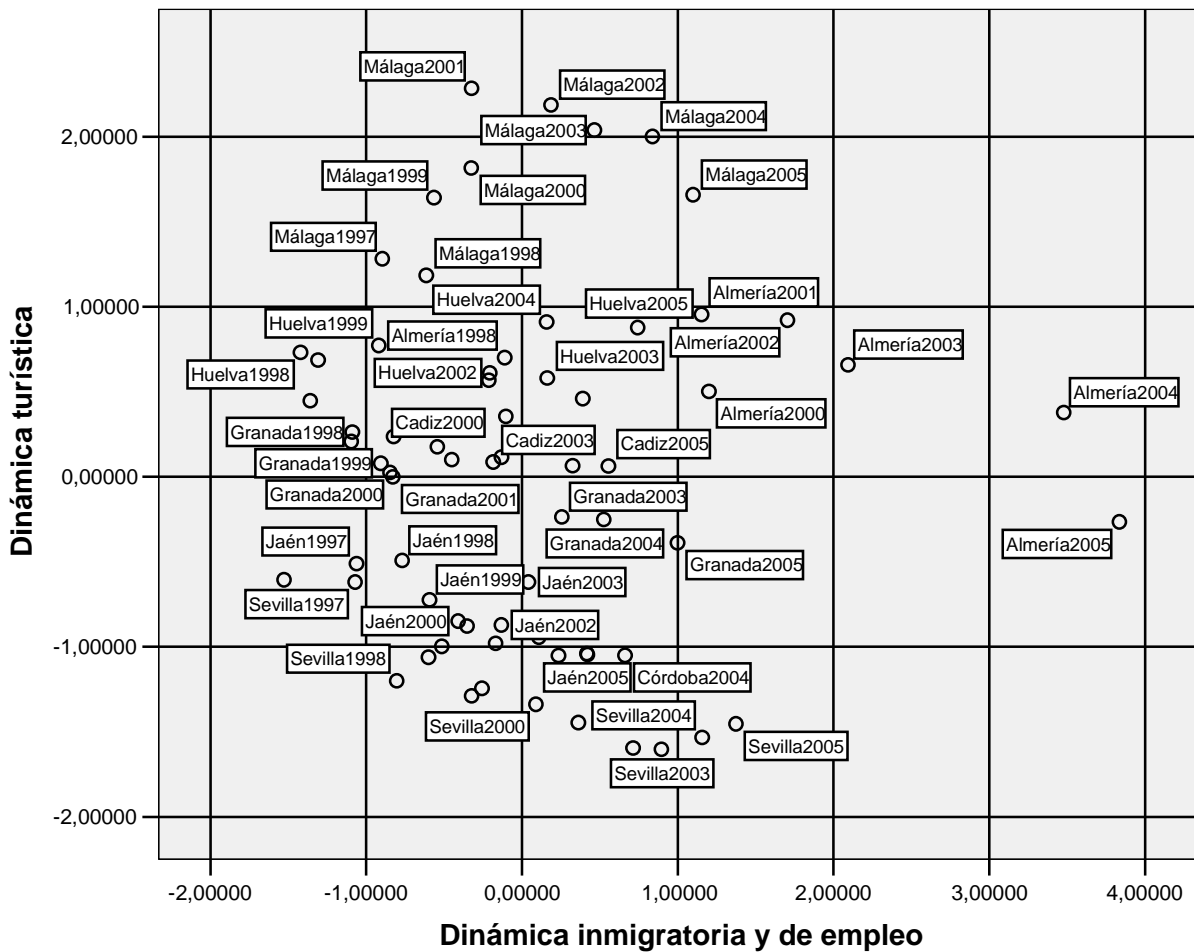


Ubicación de las provincias según puntuaciones factoriales en Dinámica Turística y Turismo de Alto Consumo





Ubicación de las provincias según puntuaciones factoriales en Dinámica Inmigratoria y de empleo y Dinámica Turística



Fuente: elaboración propia

En función de las puntuaciones en los componentes dinámica inmigratoria y de empleo y dinámica turística las provincias que se ubican en el primer cuadrante Málaga y Huelva. **Málaga** se desplaza al cuadrante dos a partir del año 2001, en que registra puntuaciones más elevadas en el componente dinámica inmigratoria y de empleo, aunque registra leves bajas en cuanto a la dinámica turística. **Huelva** por su parte se ubica a partir del 2002 en el cuadrante dos, aunque con comportamiento más errático.

Granada tiene ubicaciones centrales, cercanas a la media en dinámica turística, registrando un desplazamiento positivo en relación a la dinámica inmigratoria y de empleo, al igual que **Cádiz**, aunque ésta tiene un rango de movimiento menor. **Córdoba** registra la misma tendencia pero en valores menores en dinámica turística

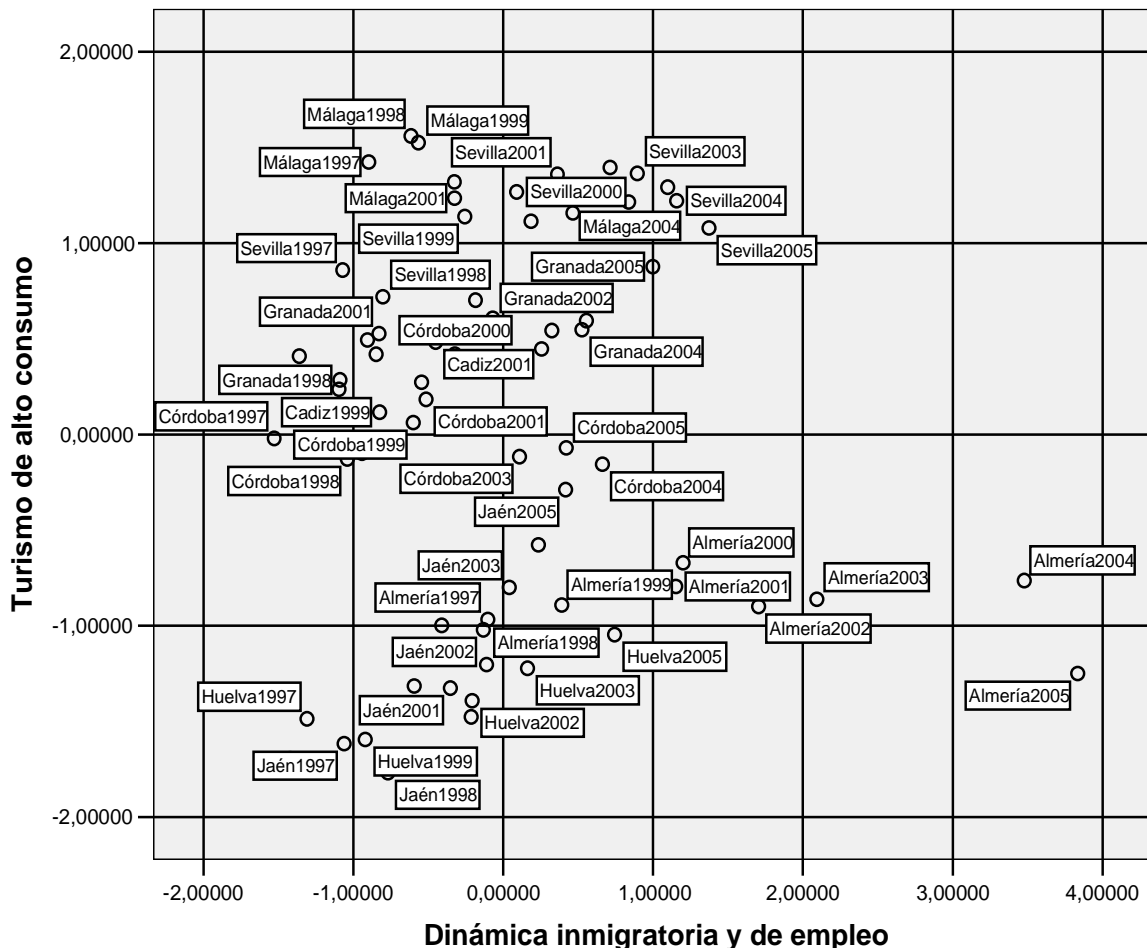


Almería manifiesta puntuaciones atípicas en el componente dinámica migratoria y de empleo, con valores que superan tres desvíos respecto a la media, aunque sus fluctuaciones en cuanto a la dinámica turística no superen mas menos un desvío.

Sevilla se desplaza en eje del componente dinámica inmigratoria y de empleo positivamente a lo largo de la serie y mantiene una dinámica turística debajo de la media.

Jaén tiene puntuaciones en la mayor parte del periodo en el cuadrante IV (por debajo de la media en ambos componentes).

Ubicación de las provincias según puntuaciones factoriales de Dinámica migratoria y de empleo y Turismo de Alto Consumo



Fuente: elaboración propia

En el cuadrante I se ubican **Málaga, Sevilla y Granada** que se desplazan hacia el cuadrante II conforme avanzan los años de la serie considerada.



Córdoba se desplaza positivamente a lo largo de la serie sobre la media de turismo de alto consumo. En 1997 puntúa en el componente dinámica inmigratoria y de empleo más de un desvío por debajo de la media a superar la media en casi un desvío en el 2004.

Cádiz adquiere posiciones en torno a la media en ambos componentes.

En el cuadrante II **Almería** con un desempeño atípico que la sitúa en el componente dinámica inmigratoria y de empleo a casi 4 desvíos de la media en el 2005, si bien se mantiene a lo largo de todo el periodo por debajo de la media en relación al turismo de alto consumo y marca una tendencia al decrecimiento a medida que avanzamos en la serie.

Jaén en el cuadrante IV, marca un recorrido positivo en el componente turismo de alto consumo, parte en 1997 y 1998 de estar a casi dos desvíos por debajo de la media a ubicarse casi en la media de la distribución en el 2005. Se posiciona por debajo de la media en relación al componente dinámica inmigratoria y de empleo.

Huelva tiene se ubica en torno a la media (varía en más menos un desvío, recorriendo en sentido positivo conforme avanzamos en los años de la serie), y en el componente turismo de elite tiene un desempeño inferior a la media de la distribución a los largo de todo el periodo.

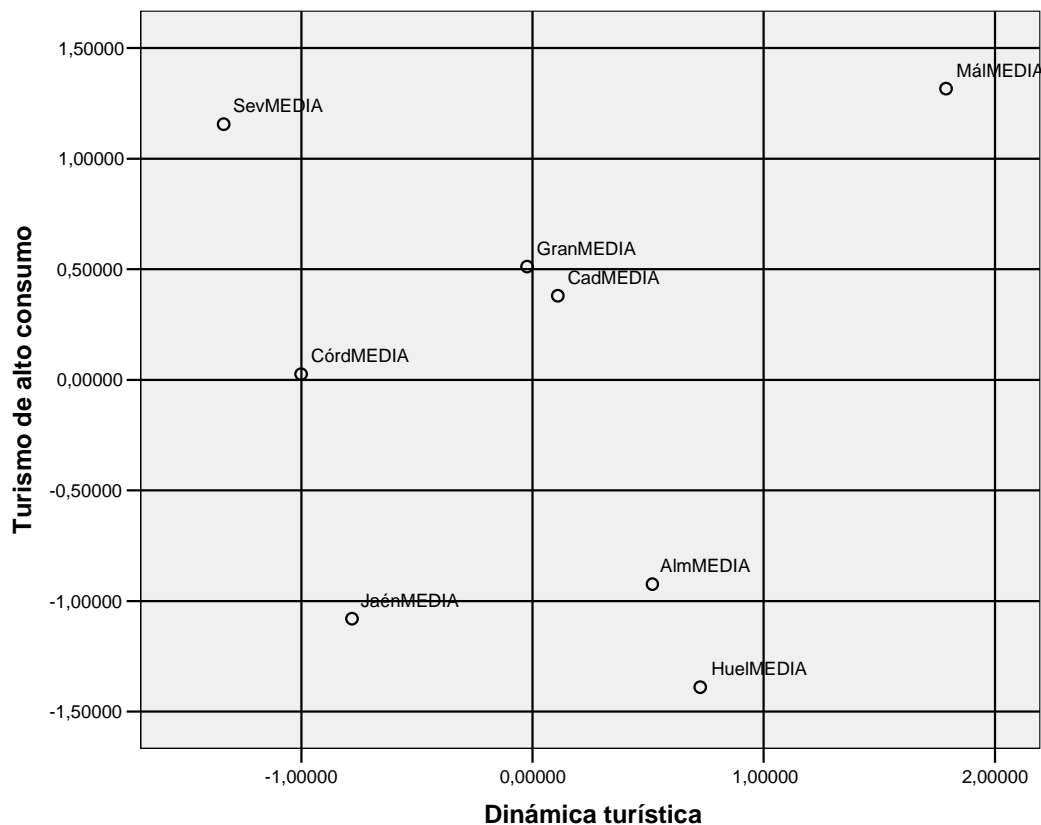
Consideraciones sobre la variable tiempo

Dadas las posibilidades que brinda el hecho de haber considerado como unidades la combinación espacio temporal (provincia-año), analizaremos el comportamiento de las provincias en los años que van desde 1998 a 2005, habiendo reducido 14 variables a tres dimensiones a tres componentes y comparándolas con 1 punto medio que adquiere cada provincia (punto suplementario) para visualizar los resultados.



La matriz para calcular las puntuaciones factoriales de las variables mediante el método de regresión permite el cálculo de los puntos suplementarios que se tomarán para complementar la interpretación de los resultados, y que se construirán a partir de los valores medios de las variables observadas (previamente estandarizadas) que se incluyen en el modelo. Estos puntos suplementarios, no fueron incluidos como casos en el conjunto de datos a partir de los cuales se extrajeron los factores. Son estimados mediante este método y se toman exclusivamente como “referencias contextuales” exclusivamente a efectos interpretativos.

Ubicación de puntos suplementarios según puntuaciones en los componentes dinámica turística y turismo de alto consumo



Fuente: elaboración propia



TurismoS y TerritorioS



En el cuadrante I se ubica el punto suplementario correspondiente a **Sevilla**, posicionándose como especializada en turismo de alto consumo, y con oferta acorde a ello; aunque con una magnitud en el flujo y permanencia de los turistas menor que la media (más de un desvío por debajo) .

Si bien el punto de suplementario de **Córdoba** se posiciona en la media en relación al turismo de alto consumo, obtiene puntuaciones por debajo de ésta en el componente de dinámica turística.

Los valores medios de **Granada** y **Cádiz** son valores centrales en ambos componentes.

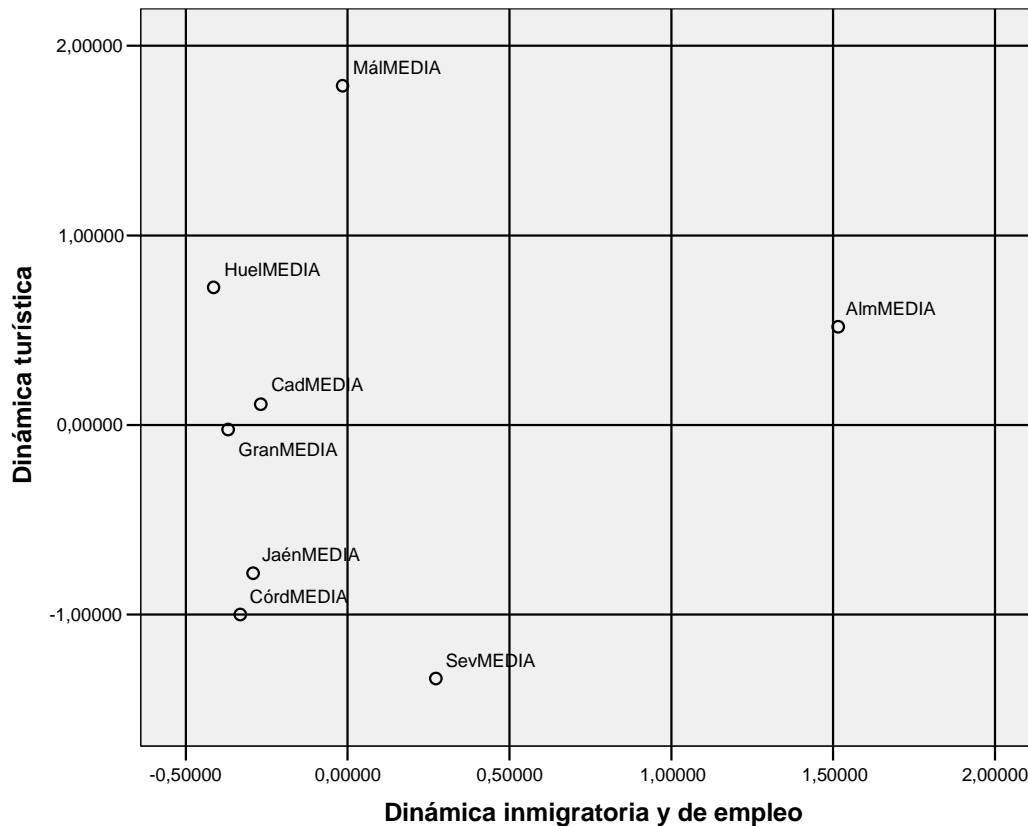
El valor medio de **Málaga** se sitúa muy encima (supera al de Sevilla) en cuanto a turismo de alto consumo, y mucho más despegado al resto en relación a la dinámica turística (supera en casi dos desvíos la media en este componente).

Almería y **Huelva** en sus puntos medios se posicionan en el cuadrante III; marcando desempeños superiores al promedio en relación a la dinámica turística pero interiores en cuanto al turismo de alto consumo.

En su punto suplementario, **Jaén** se mantiene también en este gráfico por debajo de la media en ambos componentes.



Ubicación de puntos suplementarios según puntuaciones en los componentes dinámica turística y Dinámica inmigratoria y de empleo



Fuente: elaboración propia

Los puntos suplementarios –medios de la serie 1998-2005- sitúan en el primer cuadrante a Málaga (a casi dos desvíos de la media respecto a dinámica turística y muy cercana a la media en cuanto a dinámica inmigratoria y de empleo) a Huelva a menos de un desvío por encima de la media en dinámica turística y menos de 0,5 desvíos de la media de dinámica inmigratoria y de empleo).

Los puntos suplementarios de Cádiz y Granada se encuentran ambos muy cercanos a la media en los dos componentes.

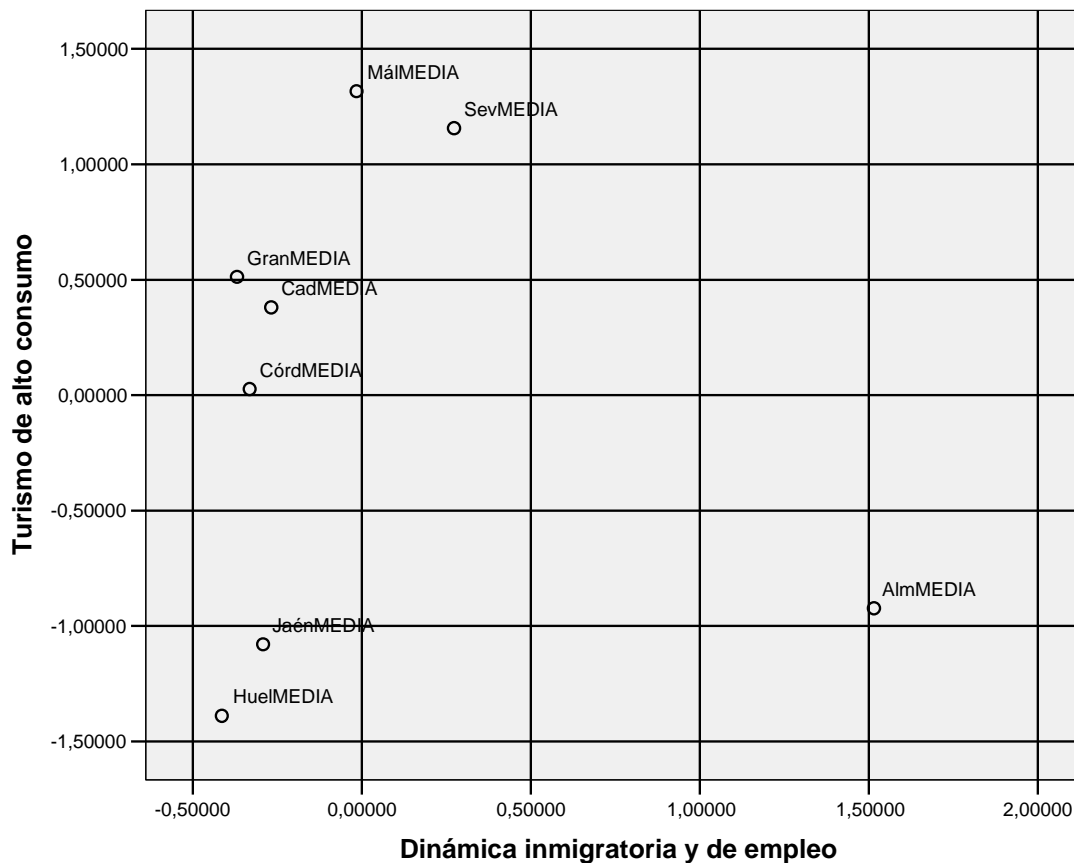
En el cuadrante II. Se encuentra el punto suplementario de Almería a un desvío y medio de la media de dinámica inmigratoria y a 0,5 desvíos por encima de la media en dinámica turística.



En el cuadrante III sólo se encuentra el punto suplementario de Sevilla; levemente superior a la media en dinámica inmigratoria y empleo y a más de un desvío por debajo de la media en dinámica turística.

En el cuadrante IV se posicionan los puntos suplementarios de Córdoba y de Jaén. Ambos con valores cercanos a un desvío por debajo de la media en dinámica turística y a menos de 0,5 desvíos por debajo de la media en el otro componente.

Ubicación de puntos suplementarios según puntuaciones en los componentes Dinámica inmigratoria y de empleo y Turismo de alto consumo



Fuente: elaboración propia



TurismoS y TerritorioS



Los puntos suplementarios de las provincias según las puntuaciones que obtienen en los componentes turismo de alto consumo y dinámica inmigratoria y de empleo, ubican en el primer cuadrante a Málaga (con mayo puntuación en turismo de alto consumo; aunque en la línea media del componente dinámica inmigratoria y de empleo); Granada_media y Cádiz media. Las últimas con valores cercanos a la media de la distribución.

En el cuadrante II se encuentra el punto suplementario de Sevilla a mas de un desvío en Dinámica Turística y con un valor apenas superior a la media en el toro componente.

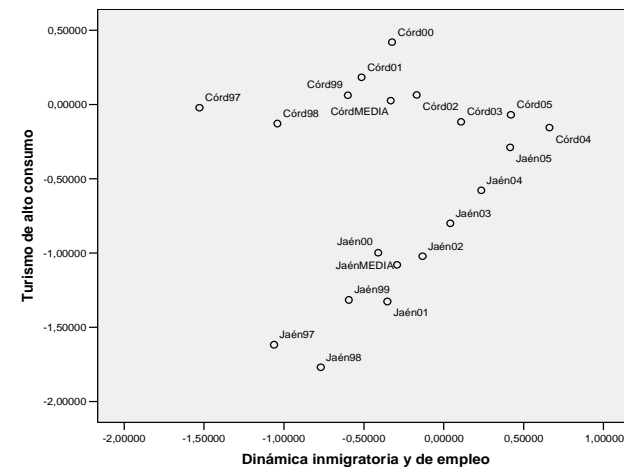
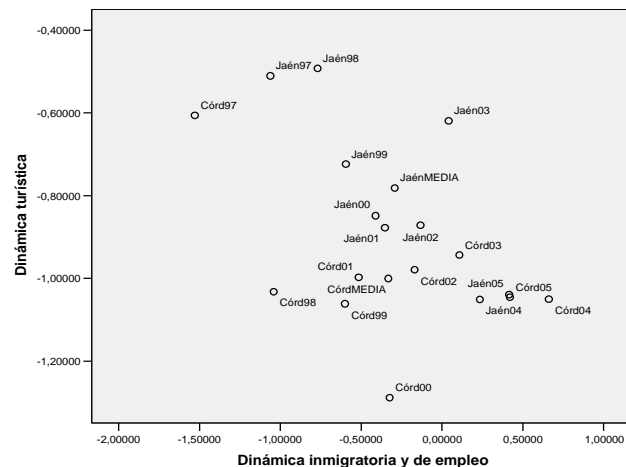
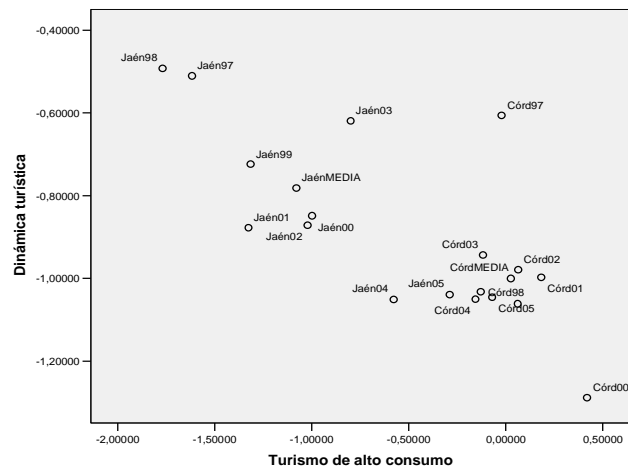
El punto suplementario correspondiente a Almería se ubica en el cuadrante III; muy por encima de la media en la dinámica inmigratoria y a casi un desvío por debajo en Turismo de Alto Consumo.

En el cuadrante IV (por debajo de la media en las puntuaciones de ambos componentes) se encuentran los puntos medios de Jaén y Huelva.

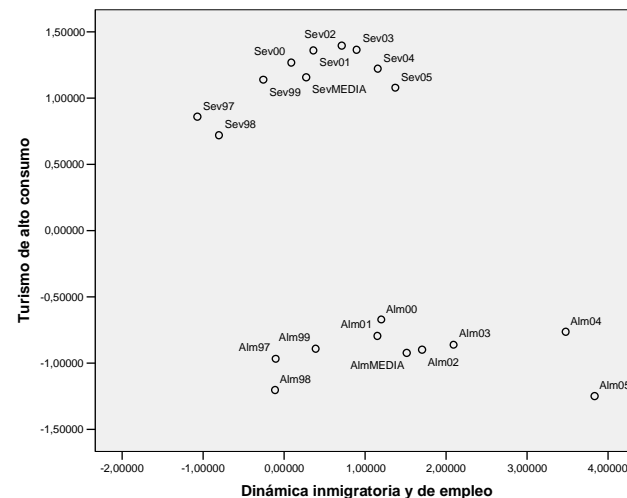
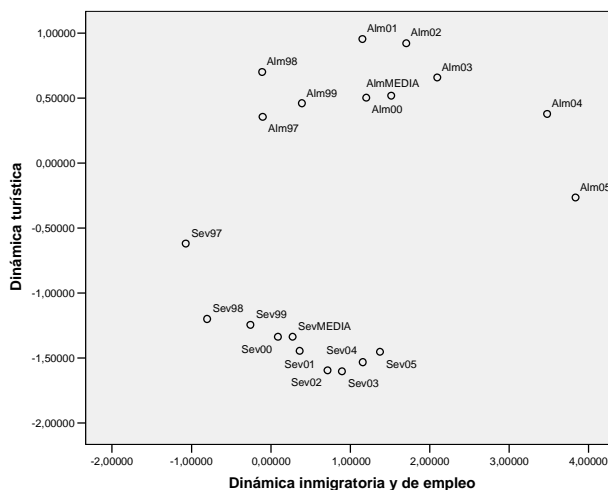
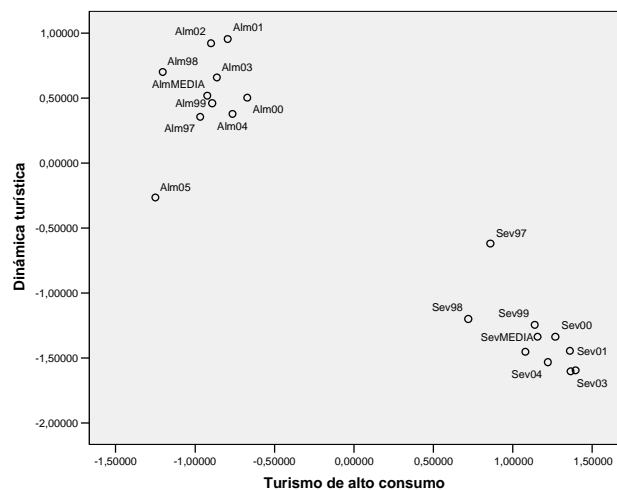
En los gráficos siguientes se presentan todos los puntos de la serie y el punto suplementario para cada provincia en todos los componentes. Allí se permite ver los desplazamientos y la dirección de los mismos que manifiestan las provincias en el periodo considerado.



UBICACIÓN DE LAS PROVINCIAS Y PUNTOS SUPLEMENTARIOS EN EL MODELO TRIDIMENSIONAL JAÉN Y CÓRDOBA

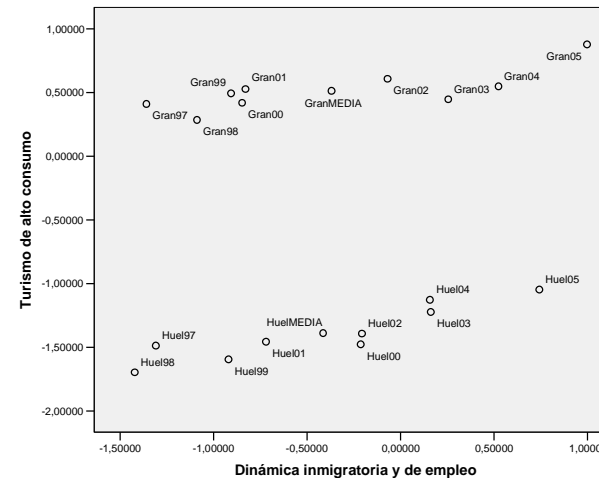
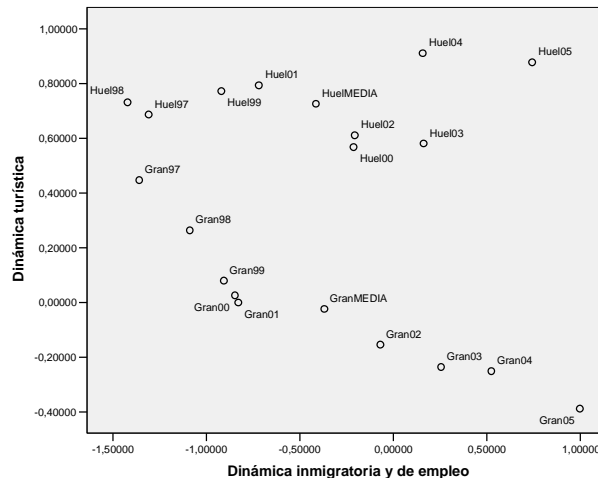
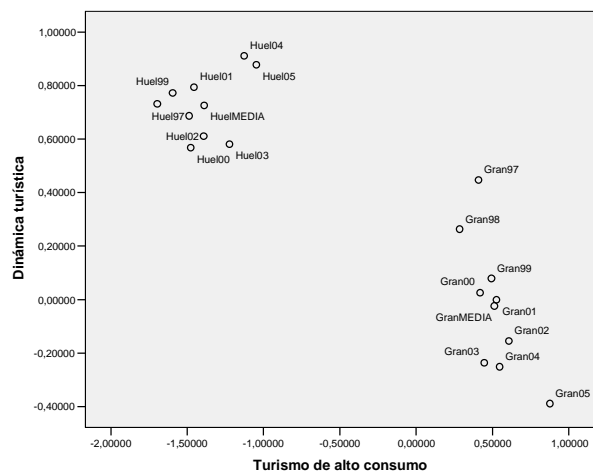


ALMERÍA Y SEVILLA

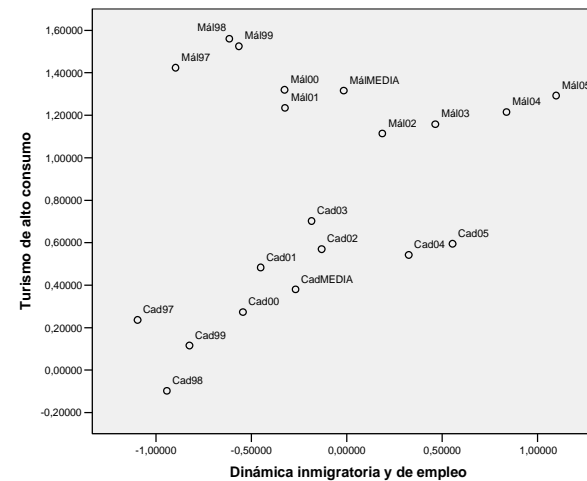
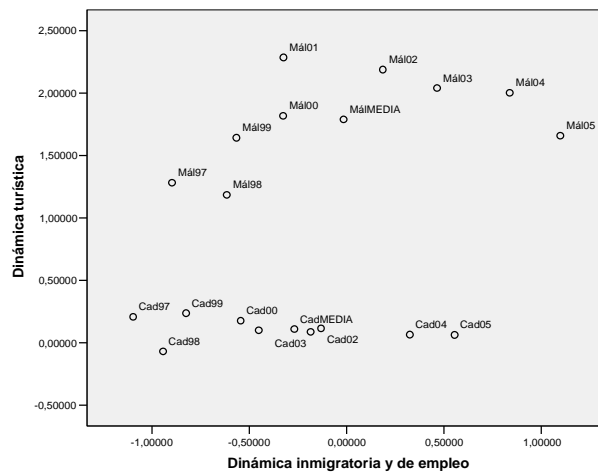
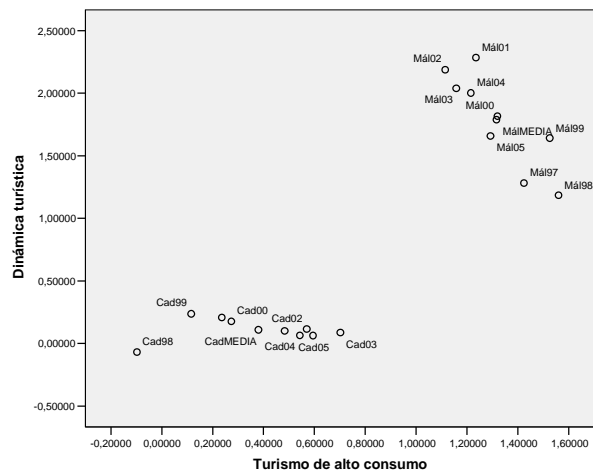




GRANADA Y HUELVA



MÁLAGA Y CÁDIZ





Conclusión para Andalucía.

El análisis anterior permite avanzar en dos vectores: por un lado pueden ubicarse cada una de las provincias en función de las puntuaciones en cada uno de los tres componentes que reducen la información con mínima pérdida de catorce variables que fueron incluidas en el modelo de ACP.

Dichas variables aluden a tres dimensiones: mercado de trabajo, migración y turismo. Sin embargo al ser el ACP un procedimiento que agrupa las variables que más alta correlación tienen entre ellas, los tres componentes logran vincularlas.

Tal es así que de los datos empíricos provenientes de las provincias de Andalucía en el periodo 1998 a 2005, se puede concluir que la tasa de empleo y la tasa de actividad correlacionan más con la tasa de inmigración sobre población de derecho, y la proporción de inmigrantes provenientes del extranjero sobre el total de inmigrantes, que con la magnitud y permanencia de los turistas o el tipo de turismo que reciban las provincias.

En cambio no ocurre lo mismo con la estructura en sectores de actividad de la población ocupada. La proporción de ocupados en servicios (sobre el total de ocupados) correlaciona más con el tipo de turismo de alto consumo que con el flujo de turistas (cantidad y permanencia); de forma inversa lo hace la proporción de ocupados en el sector agrícola sobre el total de ocupados. A su vez la proporción de ocupados en la construcción (sobre el total de ocupados) varía conforme aumenta la dinámica y la oferta turística. Hemos denominado así al factor que contiene tanto el número absoluto de turistas y relativo (respecto a la población de derecho de la provincia); así como la oferta de la que se disponga para su alojamiento medido a través del porcentaje de plazas de alojamiento sobre la población de derecho.

Esto implica que si bien la tasa de empleo no se ve afectada directamente por el turismo sí lo es la estructura en sectores de población ocupada.



El tipo de turismo de alto consumo, con el que se relaciona el mayor porcentaje de población ocupada en servicios, está conformado por variables que aluden a un mayor gasto (gasto medio diario); porcentaje de extranjeros que se alojan en hoteles. Este componente está asociado a su vez con la oferta orientada a este tipo de turistas, manifiesta por el porcentaje de plazas de hoteles en el total de plazas de alojamiento.

En el caso de Andalucía en el periodo considerado, se sugiere entonces la existencia de variables y dimensiones más relevantes en la determinación de la variación de la tasa de actividad y de la tasa de empleo que la que señalan indicadores de la actividad turística propiamente. En concreto la dinámica inmigratoria (independiente por otra parte de la actividad turística de las provincias) se muestra altamente correlacionada con ambas tasas mencionadas.

El caso de Almería ilustra bien esta situación mostrando un comportamiento atípico en el contexto de la Comunidad Autónoma de Andalucía por el volumen, y proporción de inmigrantes sobre la población de derecho que recibe en los últimos años de la serie, así como la proporción de quienes provienen del extranjero, disminuyendo sostenida y concomitantemente su turismo receptivo. De hecho el punto máximo que registra en el componente dinámica turística es en el 2001 y a partir de allí cae hasta llegar en el 2005 a ubicarse por debajo de la media de la distribución.

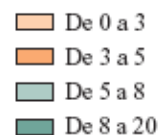
Una situación más matizada se produce en Huelva, provincia que si bien ve incrementada a lo largo de la serie su inmigración y la proporción de quienes provienen del extranjero dentro de ésta, así como la tasa de empleo y de actividad, la dinámica turística crece aunque erráticamente. Sin embargo se afirma la tendencia al incremento de la especialización en turismo de alto consumo aunque no alcanza la media en ningún año del periodo analizado. También en Huelva la mayoría de los inmigrantes provenientes del extranjero están ocupados en el agro.

Los datos provenientes del estudio sobre inmigración española provenientes del Colectivo Ioé aunque refieran a un punto de la serie (2002) complementan la información considerada estrictamente en este trabajo y agregan elementos a la interpretación de los resultados obtenidos.



PROPORCIÓN ENTRE COTIZANTES EXTRANJEROS Y TOTAL DE COTIZANTES

Primer trimestre de 2002. En porcentaje



Fuente: Colectivo IOE, 2002

La significación laboral de la inmigración es muy diferente en función de la provincia analizada. La densidad de trabajadores extranjeros (porcentaje de trabajadores extranjeros respecto al total de cotizantes) por provincia señala a Almería como un caso particular (12,6%). En esta provincia además la mano de obra inmigrante es en más de un 70% ocupada en el sector agrario. Lo mismo ocurre en Huelva. El 53% de los inmigrantes ocupados en Jaén están en esta rama, así como más del 25% de los inmigrantes ocupados de Granada. (colectivo Ioé) Las tres provincias muestran un incremento en las puntuaciones



de la dinámica inmigratoria y de empleo en la serie, que no están asociadas al movimiento en la dinámica turística ni al perfil de los mismos.

Málaga, Granada, Cádiz son las provincias andaluzas que ocupan entre el 20y el 30% de sus inmigrantes como trabajadores autónomos.

Sevilla ocupa a más del 15% de su población inmigrante en el servicio doméstico⁵⁶ (Colectivo Ioé). Esto se revela en el mismo sentido de los resultados que arroja el ACP; la mayor proporción de ocupados en el sector servicios dentro del total de la población ocupada, asociada al tipo de turismo de alto consumo que caracteriza a esta provincia.

Lo anterior en consecuencia permite visualizar con claridad comportamientos muy distintos en las ocho provincias de Andalucía en torno al turismo y al perfil de los turistas que reciben. La dinámica inmigratoria y de empleo (tasa de actividad y de empleo) es un factor independiente de los dos anteriores, que también habilita a mostrar las diferencias entre las provincias.

Todo ello nos permite concluir acerca de la necesidad de precisar afirmaciones que en ocasiones se presentan del tipo *“El turismo tiene una indudable capacidad para dinamizar la economía de un país o región no sólo por la generación directa de empleo y el esfuerzo inversor que supone sino también por sus importantes efectos multiplicadores sobre el conjunto de las actividades económicas”*. (García Torrente, R., 2001: 228), que conducen a una receta obligada de desarrollo regional. Las premisas generales son imprecisas, y en la medida en que se repitan indiscriminadamente tienen a fetichizarse y construirse en *“propias del sentido común”*. No obstante quizá sea óptimo, considerar la realización de investigaciones y estudios locales para la planificación del desarrollo, sin apelar a generalidades, que -aunque no se pongan en duda-, suponen riesgos innegables.

⁵⁶ Esta información se obtiene del Cuaderno N° 11 de la Serie de Fundación La Caixa. Los datos utilizados corresponden a los regímenes de cotización, a partir de los cuales se infiere el sector de actividad en que están ocupados los residentes extranjeros.



CONCLUSIONES

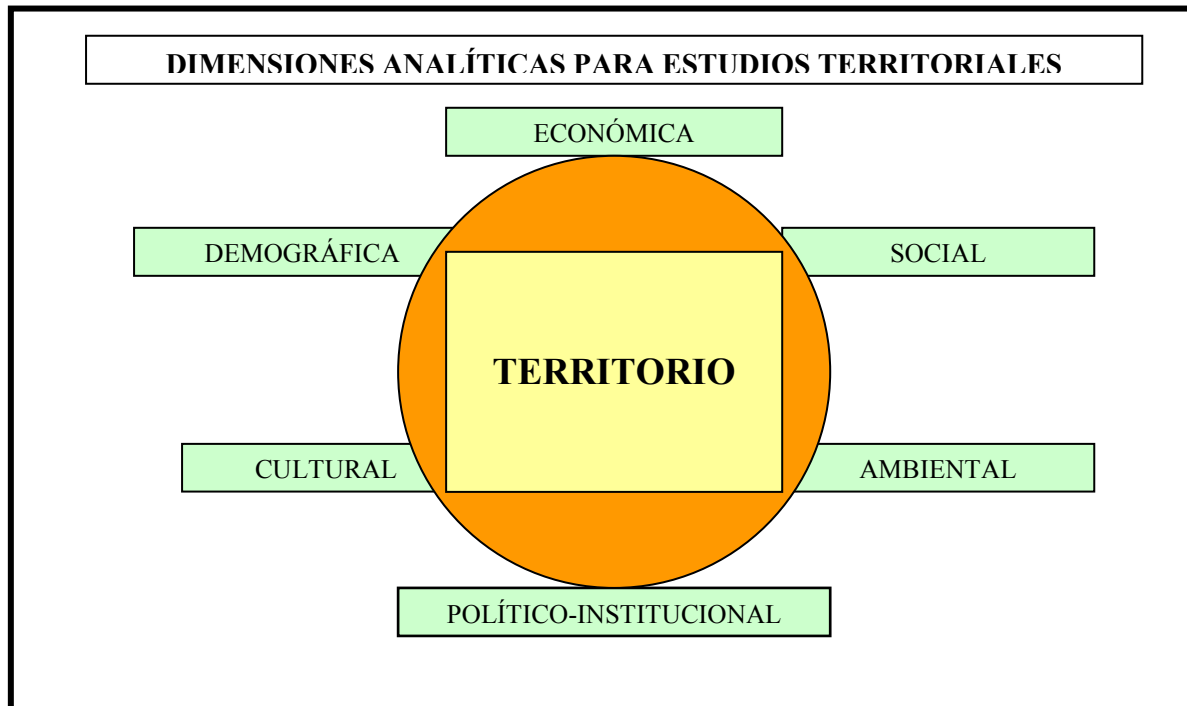
Se ha partido de la hipótesis que el turismo no es un fenómeno homogéneo, sino que se especifica, adquiere características peculiares, para cada territorio receptor. Asimismo el territorio no se conceptualiza un mero soporte físico sino que remite a una multidimensionalidad que lo define y hace único. Por lo tanto la relación abstracta “turismo-territorio”⁵⁷ requiere - a los efectos de la gestión de cualquier unidad territorial- de la necesidad de estudios empíricos que la concreten.

La producción en planificación y desarrollo territorial en la diversidad y amplitud que refleja, permite distinguir seis dimensiones analíticas para caracterizar los territorios: social, demográfica, económica, cultural, ambiental, político-institucional. La configuración de cada una, así como articulación entre ellas, caracterizará a cada territorio. Sin embargo en los estudios empíricos por lo general no se abordan todas, ni cada una en el mismo nivel de complejidad. Las estrategias metodológicas utilizadas para el estudio de las dimensiones analíticas muestran también un abanico extenso de posibilidades y opciones. El contenido atribuido a estas dimensiones así como las estrategias metodológicas utilizadas para caracterizarlas o los indicadores seleccionados para su medición, distan mucho del consenso^{58 59}.

⁵⁷ Y dentro de estas relaciones aquellas que supongan sentido causal, como las que subyacen a los estudios de efectos o impactos del turismo en los territorios.

⁵⁸ Situación que impide por lo general los estudios rigurosamente comparativos, o la réplica de la misma estrategia metodológica en diferentes casos. La disponibilidad de información y la calidad de la misma para diferentes unidades territoriales, hacen una restricción más que relevante.

⁵⁹ Por lo general medidas sobre el turismo internacional recibido por los territorios se incluye como indicador de la dimensión económica.



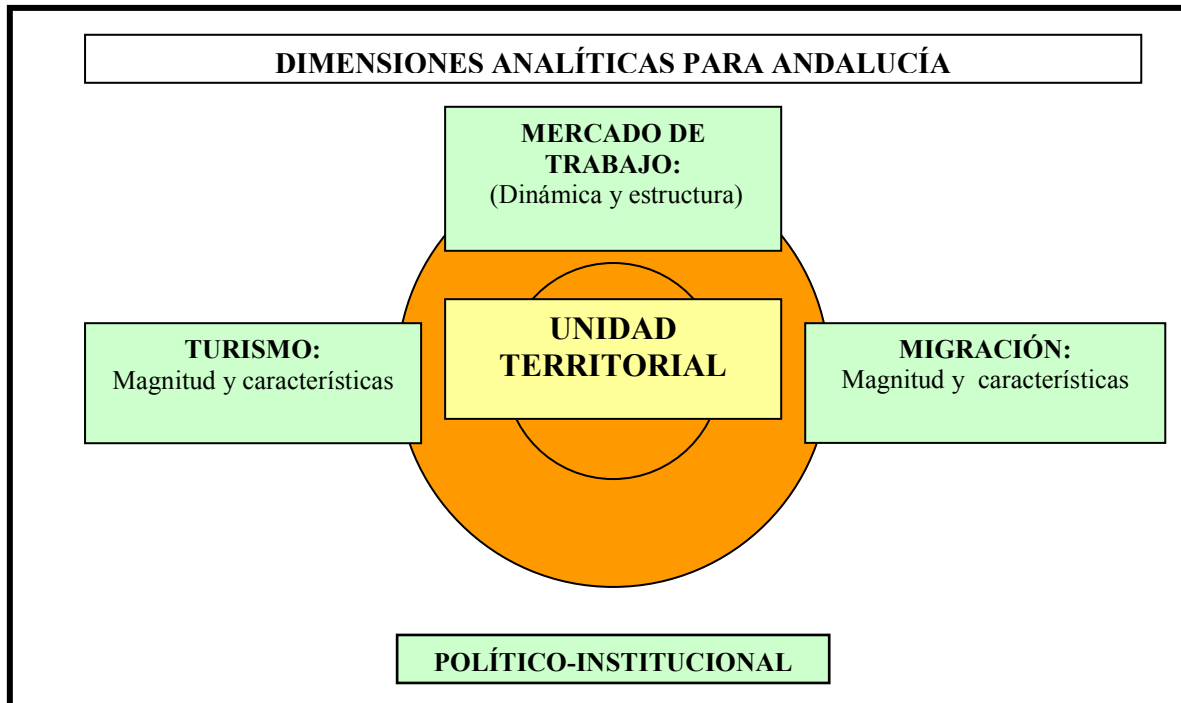
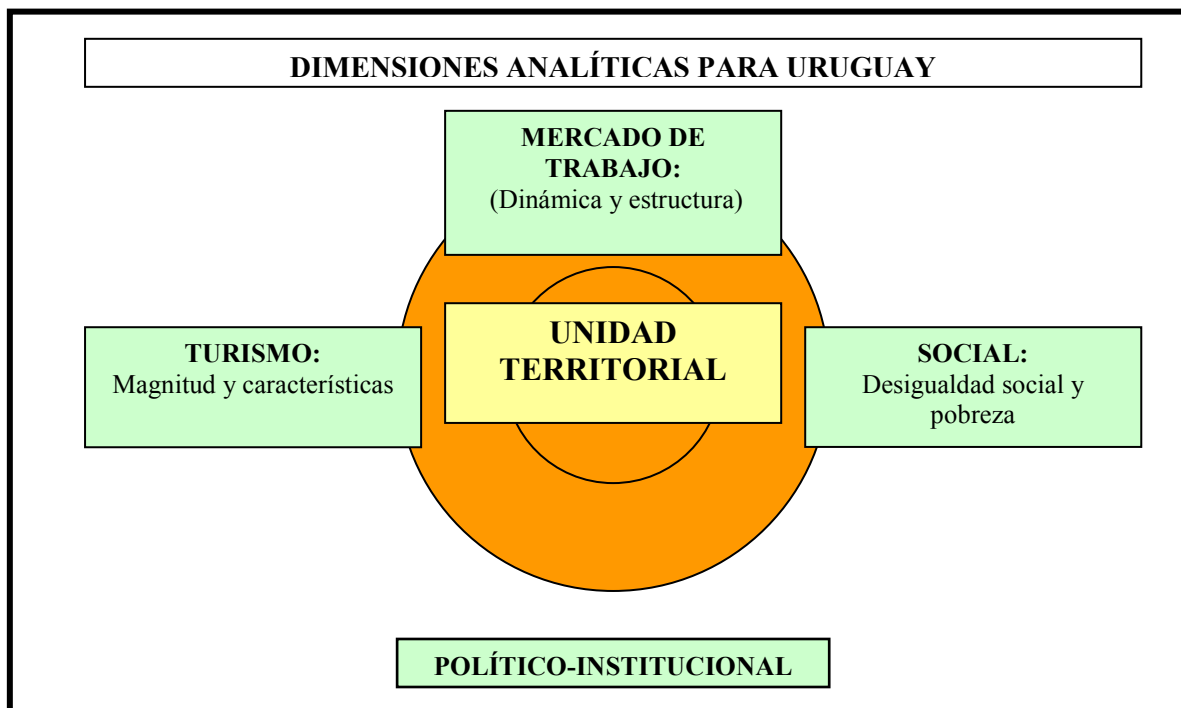
En esta investigación se han considerados dos casos de estudio que responden a diferentes contextos en función del grado de desarrollo de los países: uno perteneciente a un país sudamericano y otro de la Unión Europea⁶⁰, seleccionándose a esos efectos Uruguay y la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Para cada uno de los casos se estudian sus unidades territoriales: para Andalucía son sus provincias y para el caso de Uruguay departamentos o grupos de departamentos, que configuran “destinos” turísticos⁶¹.

La estrategia en “clave comparada” entre los casos, supuso el siguiente esquema analítico en relación a las dimensiones consideradas para cada uno.

⁶⁰ Esta es una de las condiciones requeridas para los becarios de REDITIR Programa Alfa II.

⁶¹ La definición de la construcción de las unidades territoriales para el caso de Uruguay fue extensamente discutido en los capítulos anteriores por lo que aquí sólo se que para ello se tuvo en cuenta la definición de los “destinos” turísticos que considera el Ministerio de Turismo (quien aplica la ETR) y el hecho de que las unidades territoriales respetaran los criterios político-administrativos que dieran cuenta de la institucionalidad (autoridades locales) para la planificación y gestión territorial del turismo.





La dimensión económica estaría representada por indicadores relativos a la actividad y empleo. La justificación de la no inclusión de variables que refieran al producto bruto interno de las unidades territoriales –que también formarían parte de esta dimensión– fue desarrollada en capítulos anteriores. De la misma forma, se ha fundamentado la selección de indicadores relativos a la migración para dar cuenta de la dimensión demográfica de las provincias de Andalucía y de considerar los indicadores de desigualdad y pobreza para la dimensión social en el caso de Uruguay. Definitivamente no se han considerado indicadores que remitan a la dimensión cultural⁶², ni a la ambiental⁶³. La dimensión político-institucional se pone en juego para la utilización de los resultados que esta investigación produce y a la que en definitiva se orienta: la planificación y gestión territorial del turismo. La dimensión turística conforma para esta investigación una dimensión que conceptualmente tiene un estatus no subordinado a la dimensión económica que sí adquiere para otras investigaciones⁶⁴. Son indicadores de esta dimensión tanto el número de turistas y la proporción que éstos significan de la población residente en las unidades territoriales, el gasto medio diario, la estancia media, la estacionalidad, porcentaje de turistas extranjeros que se alojan en hoteles. Se incluye en la dimensión turismo, sólo para Andalucía, otros indicadores que ilustran sobre la oferta turística: número de plazas de alojamiento en hoteles, porcentaje de plazas en hoteles en el total de plazas de alojamiento.

La técnica de análisis utilizada (Análisis Factorial de Componentes Principales) requiere de determinado tipo de datos que debieron ser obtenidos y –para el caso de Uruguay re-procesados-, para estar en condiciones de realizar el análisis. Las fuentes de información fueron varias, y el desafío estuvo dado en poder compatibilizar las variables provenientes de las diversas fuentes a las mismas unidades de análisis territoriales y que contaran además con registros anuales durante el periodo considerado.

No obstante la definición de unidades de análisis complejas (consideran simultáneamente espacio-tiempo) que se construyeron con tal motivo, debe relativizarse el

⁶² En la discusión epistemológica sobre las perspectivas administrativa y del habitante y las opciones de esta investigación.

⁶³ En este caso exclusivamente por ausencia de información sistemática, sistematizada y disponible.

⁶⁴ Muchas de ellas referenciadas en la bibliografía



término “estudio comparativo” desde la acepción más tradicional para clasificar este trabajo. Estrictamente no ha sido posible realizar el mismo análisis (modelizar sobre le mismo conjunto de variables) en los dos casos porque, como fue discutido en el inicio, los sistemas de información estadística de ambos países permiten el acceso libre de diferente tipo de información.

Esto genera la definición de una estrategia de análisis que proceda gradualmente; es decir comienza con un primer modelo simple que considera dos dimensiones de las cuales sí se dispone de información en ambos casos (turismo y mercado de trabajo). En la fase analítica siguiente se produce una bifurcación: se incluyen, como muestran los diagramas anteriores una tercera dimensión diferente para cada uno de los casos: migración para Andalucía y Desigualdad social y pobreza para Uruguay.

Pueden distinguirse dos niveles de conclusiones: el primero refiere a la descripción de los resultados obtenidos; vale decir a qué dimensiones sustantivas remiten los componentes extraídos una vez aplicada la técnica de análisis de datos (cómo se interpretan teóricamente), cómo se ubican en términos relativos las unidades territoriales en cada caso, cuáles son los conglomerados que se conforman. El segundo nivel hace referencia a la interpretación que se desprende a la luz de los debates anteriormente presentados sobre la desigualdad en la globalización, aludiendo a las diferencias que se detectaron -mirando en “clave comparada” los dos casos- tanto durante el propio proceso de investigación como de los resultados obtenidos; los requerimientos de información que se tornan necesarios para el diseño de políticas de gestión territorial del turismo y entre ellas particularmente el monitoreo, seguimiento y particularmente la evaluación de efectos e impactos del turismo en diferentes horizontes temporales. Se discute finalmente sobre la necesidad de dar cuenta de la diversidad del fenómeno turístico - como recurso la nominación turismos- para los análisis y la gestión territorial.

Descripción de resultados

A partir de los resultados arrojados por el primer modelo de análisis –que incluye dos dimensiones: turismo y mercado de trabajo; y que es común para los dos casos estudiados- se obtiene que para el caso de Uruguay la estructura latente de los datos está conformada



por dos componentes: **dinámica turística** (saturan en él las variables cantidad de turistas, gasto en dólares de turistas y porcentaje de ocupados en el sector servicios en el total de ocupados) y **turismo sol y playa**. (saturando las variables estacionalidad, días de estadía de los turistas). La variable tasa de ocupación satura en ambos componentes con coeficientes similares.

En el caso de Andalucía la aplicación de la técnica de ACP sobre un modelo equivalente al de Uruguay, extrae tres componentes que fueron interpretados como **dinámica turística de cada provincia** (saturan allí las variables estancia media, porcentaje de turistas sobre población de derecho, total de turistas y porcentaje de población ocupada en el sector industrial en el total de la población ocupada); **turismo de alto gasto** (saturan gasto medio diario de turistas, porcentaje de población ocupada en servicios en el total de la población ocupada y con signo negativo porcentaje de población ocupada en el agro) y en tercer lugar **dinámica del mercado de empleo** (saturando las variables tasa de actividad y tasa de empleo).

Dado que estos dos modelos son comparables, puede decirse que: el número de variables que superan la prueba de MSA en el caso de Uruguay es menor que en el caso de Andalucía. Esto hace que deban excluirse la proporción de ocupados en el agro sobre el total de ocupados; y la tasa de actividad, y el número de turistas sobre la población residente, que sin embargo se mantienen en el caso español.

En ambos casos, se extraen componentes que aluden a dos dimensiones diferentes: la dinámica turística, y el tipo de turismo. Sin embargo deben hacerse precisiones respecto a ello, dado que las especificaciones que adquieren para ambos casos son distintas. Para el Uruguay, la dinámica está conformada por el volumen de turistas y de gasto que éstos realizan. Para Andalucía la dinámica turística está vinculada al número de turistas, a la relación entre el número de turistas sobre la población de derecho y al tiempo de permanencia (estancia media).

El componente tipo de turismo se especifica para el caso de Uruguay como un turismo condicionado por el verano, que hemos denominado “sol y playa” caracterizado por una alta estacionalidad en la recepción de turistas concentrados en un trimestre del año,



y por valores más elevados de estancia media. En cambio para Andalucía el tipo de turismo que se conforma, se determina por el “alto gasto” (gasto medio diario de turistas).

Interesa particularmente resaltar que para los dos casos (Andalucía y Uruguay) la estructura del mercado de empleo medida por el porcentaje de ocupados en cada sector de actividad en el total de la población de ocupados) se vincula a algunos de estos componentes. Para Uruguay, la proporción de ocupados en el sector servicios (la única de las variables de estructura del mercado de empleo que supera el MSA) se asocia al componente dinámica turística. Mientras que para Andalucía esta misma variable se asocia con el componente tipo de turismo de alto gasto. Además en este caso la proporción de ocupados en la industria sobre el total de la población ocupada así como la proporción de ocupados en el agro en el total de ocupados, son inversos a la dinámica turística.

Si independientemente de la estructura del mercado de empleo queremos aludir a su dinámica (tasa de empleo, de actividad y de desocupación) vemos en primer lugar que la tasa de desocupación no supera la prueba de MSA en ninguno de los casos, y para Uruguay tampoco lo hace la variable tasa de actividad. Mientras que para Andalucía la dinámica de empleo conforma un componente ortogonal a los anteriores, la tasa de ocupación⁶⁵ en el caso de Uruguay satura en ambos componentes con coeficientes similares.

La siguiente etapa consistió en mantener la misma estructura bidimensional de los modelos (mercado de trabajo y turismo) pero haciendo uso de información disponible para el caso de Andalucía que no puede obtenerse para Uruguay⁶⁶. Por tanto sólo opera en un caso, y deviene de la inclusión de nuevas variables que indican sobre el turismo. Estas variables son: porcentaje de plazas de alojamiento, porcentaje de plazas de hotel en el total de plazas de alojamiento; porcentaje de turistas extranjeros que se hospedan en hoteles.

La inclusión de estas variables tal como se esperaba, no sólo mantiene la estructura latente extraída en el primer modelo sino que la refuerza conceptualmente.

⁶⁵ Para el caso de Uruguay tasa de ocupación supera la prueba MSA mientras que tasa de empleo, no lo logra.

⁶⁶ Básicamente en lo que tiene que ver con oferta turística la información de la que se dispone para las provincias españolas es literalmente impensable para el caso de Uruguay.



En el componente I (dinámica turística) satura el porcentaje de plazas de alojamiento, lo cual es consistente dado que la oferta de alojamiento se corresponde con el flujo de turistas que recibe la provincia.

En el componente II, (tipo de turismo de alto consumo), saturan las variables porcentaje de plazas de hoteles en el total de plazas de alojamiento y el porcentaje de extranjeros que se hospedan en hoteles, junto con las variables de gasto medio diario de turistas y porcentaje de ocupados en servicios en el total de la población ocupada y porcentaje de ocupados en el sector agrario sobre el total de la población ocupada. Las dos últimas variables tienen diferente signo y valor absoluto similar.

El tercer componente permanece inalterado saturando en él las variables tasa de empleo y tasa de actividad.

Al visualizar la ubicación de cada una de las provincias en torno a los componentes extraídos, pueden identificarse conglomerados que muestran que en ellos la dinámica del turismo y el perfil de los turistas que reciben cada una de las provincias registran variaciones, lo que también sucede al considerar el componente mercado de empleo.

Málaga constituye una unidad territorial con características particulares en el concierto de las provincias andaluzas: obtiene puntuaciones por encima de la media tanto en el tipo de turismo de alto consumo como de dinámica turística. (es la única provincia que se sitúa claramente en el cuadrante II del gráfico de estos dos componentes). Sin embargo se ubica por debajo de la media en la mayor parte de los años considerados en el componente dinámica del mercado de empleo representado por tasa de empleo y tasa de actividad.

Sevilla es otro caso particular con dinámica turística por debajo de la media andaluza aunque altamente especializado en turismo de alto gasto. Es una provincia que cuenta con oferta de especializada para este tipo de perfil de turistas, dada su dotación en plazas de alojamiento, en que la proporción de plazas en hoteles es una de las más altas de las que se encuentran en Andalucía en todos los años considerados (el 64% del total de plazas de alojamiento en el 2005). Por otra parte es la que incrementa en mayor medida su



proporción de plazas en hoteles en el período⁶⁷. Es notoriamente, de todas las provincias de Andalucía, la que tiene un mayor gasto medio de turistas por día, a lo largo de toda la serie excepto en el 2005 que es superada por Jaén. Sevilla revela una dinámica del empleo superior a la media: las tasas de actividad de Sevilla la muestran como la segunda en el ranking en casi todos los años de la serie, sólo superada por Almería⁶⁸.

Granada y Cádiz pueden ser tratadas como un conglomerado, dado su comportamiento similar en relación a las puntuaciones que obtienen en los tres componentes. De hecho se ubican en el centro de la distribución. Huelva podría incluirse en este conglomerado haciendo la aclaración de sus bajas puntuaciones relativas al turismo de elite, ubicándose a más de un desvío por debajo de la media en todo el periodo.

Jaén y Córdoba pueden considerarse otro conglomerado atendiendo a lo siguiente: muestran valores por debajo de la media en dinámica turística, valores centrales en dinámica del mercado de empleo y respecto a turismo de alto consumo. Córdoba tiene a lo largo de la serie valores superiores a la media, mientras Jaén parte de puntuaciones bastante inferiores pero se acerca a la media hacia final del periodo. Sin embargo puede preverse la continuidad del crecimiento en las puntuaciones en este componente: basta ver el crecimiento impresionante que muestra esta provincia en el gasto medio diario por turista, que pasa de 21 euros en 1998 a 63,6 euros en el 2005. No sólo es la provincia con mayor variación en esta variable, sino que supera a Sevilla en el 2005 (primer lugar de la serie en todos los años anteriores⁶⁹). En cambio Córdoba, modifica su oferta de alojamiento: pierde proporción de plazas de hoteles en el total de plazas de alojamiento (la única provincia que registra este comportamiento). Respecto a la dinámica del mercado de empleo, también las situaciones de ambas provincias son similares, y cercanas a su vez al conglomerado de Cádiz y Granada. A lo largo del periodo se ubican entre -1 y 1 desvío respecto a la media.

Almería es un caso atípico en el concierto de provincias de Andalucía. El dinamismo en el mercado de empleo llega a posicionarla a 4 desvíos de la media en el 2005 en este componente. Efectivamente tiene las mayores tasas de actividad y de ocupación de todas las provincias, siendo esta última para el 2005 del 90,8. Almería representa un caso

⁶⁷ Ver anexo II: turismo; cuadro N° 5; pp 19

⁶⁸ Ver anexo II: mercado de trabajo; cuadro N° 2, pp 24

⁶⁹ ver Anexo N° II: turismo; cuadro N° 3, pp 16



paradigmático en este sentido en que su crecimiento explosivo en términos absolutos y relativos en relación a la tasa de actividad y la tasa de empleo, difícilmente pueden ser asociados con el incremento de su flujo turístico, sino que es el caso contrario (a medida que crecen sus puntuaciones en la dinámica del mercado de empleo, conforme se avanza en los años de la serie, disminuye su puntuación en el componente dinámica turística, siendo estable su comportamiento respecto a turismo de elite en que se ubica por debajo de la media a lo largo de toda la serie). No obstante Almería se sitúa por encima de la media en relación a la dinámica turística recibiendo en el entorno del 12% del total de turistas de Andalucía por año, y siendo una de las provincias de más días de estadía promedio (asociado probablemente a su costa).

En función del método utilizado los componentes extraídos son ortogonales (independientes entre sí). Al igual que en el caso de Uruguay la dinámica del turismo es por tanto independiente de la del mercado de trabajo. En términos de estructura latente en la matriz de datos se muestran como factores diferenciados. La dinámica del turismo y el tipo de turismo sin embargo correlacionan con la distribución sectorial de la población ocupada. A un mayor porcentaje de población ocupada en servicios corresponde un turismo de mayor nivel de consumo (mayor gasto diario promedio de turistas). El porcentaje de ocupados en el sector industrial tiene un comportamiento inverso respecto a la dinámica (magnitud del flujo) turístico y la proporción de ocupados en el sector agrario es inverso a la proporción de ocupados en servicios⁷⁰.

A partir de estos resultados, no sólo puede verse las diferencias sustanciales entre las provincias, sino dar cuenta de los resultados que eventualmente hayan tenido algunas estrategias de gestión y promoción del turismo aplicadas en ellas.

Ubicar las unidades territoriales y construir “tipos” es más sencillo para el caso de Uruguay dado que se extraen del modelo bi-dimensional sólo dos componentes: turismo sol y playa y dinámica del turismo.

⁷⁰ Para las ramas de actividad consideradas en las estadísticas publicadas oficialmente de España, distinguen cuatro categorías: agro, industria, servicios y construcción. En este caso no se incluye en el modelo construcción dado que es una combinación lineal de las otras. Para el caso de Uruguay las estadísticas oficiales consideran tres ramas: agro, industria y servicios; construcción está incluida en industria.



Tipología de las Unidades Territoriales Turísticas de Uruguay en función de los Componentes extraídos del primer modelo

		Turismo sol y playa	
		-	+
Dinámica del turismo	-	Montevideo	Maldonado
	+	Litoral termal Colonia	Canelones Rocha

El siguiente paso en la estrategia de aproximaciones sucesivas fueron los modelos tridimensionales. Para el caso de Andalucía se incorporó la dimensión migración (aunque por no superación de la MSA de las variables correspondientes a emigración, se termina hablando de “inmigración”); y para el caso de Uruguay la dimensión de desigualdad social (tomando como indicadores Brecha de ingresos de hogares (entre el primer y quinto quintil de ingresos mensuales de hogares sn valor locativo y a valores constantes - deflactados a marzo 1997- y porcentaje de hogares pobres (calculado en función de la línea de pobreza).

Incorporando al modelo anterior (variables relativas al turismo y al mercado de empleo), éstas de desigualdad social, se extraen tres componentes al aplicar el ACP para Uruguay. Estos se interpretan como dinámica de turismo, turismo de sol y playa y desigualdad social. El modelo no sufre alteraciones respecto al anterior, salvo la extracción de un nuevo componente en el que se ubican las dos nuevas variables. La tasa de ocupación en este nuevo modelo (que es la única que supera la prueba MSA dentro de todas las que representaban la dimensión mercado de trabajo) aún luego de efectuada la rotación con el método varimax, satura con valores absolutos similares y signo diferente en el componente dinámica de turismo (con signo positivo) y en desigualdad social (con signo negativo).

Pueden entonces ubicarse las unidades territoriales turísticas en función de estos tres componentes: al no alterarse las variables que conforman los componentes dinámica del turismo y turismo sol y playa, la ubicación de las unidades territoriales en éstos se mantiene sin modificaciones. Sin embargo surgen diferencias no detectadas antes al introducir el tercer componente relativo a la desigualdad social.



Vale quizá volver hacer mención aquí, que en el periodo considerado en este análisis el Uruguay sufre una crisis relevante, quizá la más importante de las tres últimas décadas. Desencadenada por la coyuntura regional, en que el quiebre del sistema financiero argentino, vuelve a mostrar la vulnerabilidad del país en torno a la situación (y las medidas políticas) de los países vecinos, con una economía altamente dependiente del comercio regional, y de un turismo receptivo tal que más del 60% promedio en la serie es de procedencia argentina, el impacto en Uruguay fue inmediato. Se produce una devaluación de 3 a 1 a comienzos del 2002, y se disparan las cifras de pobreza en el país, incrementándose la fragmentación social y la situación de vulnerabilidad de amplios sectores de la población.

Debe, no obstante, mostrarse que los efectos de la crisis del 2002 han sido diferenciales en los diferentes territorios considerados como unidades para este estudio. Maldonado y Colonia son los que muestran los mayores desplazamientos a lo largo de la serie en cuanto a la desigualdad social y la pobreza. A fines de los 90 ambos departamentos eran, de todos los considerados aquí, los que estaban mejor posicionados respecto a la pobreza y desigualdad, ubicándose ambos a dos desvíos por debajo de la media en este componente. Sin embargo al final de la serie los dos departamentos habían superado la media; Maldonado alcanza a posicionarse a dos desvíos por encima en el 2002. El proceso de Colonia es más gradual y va progresivamente acercándose a la media (incrementando su nivel de pobreza y de desigualdad) incluso antes de desatarse la crisis financiera.

Las dos unidades territoriales que sufren el impacto en las magnitudes mencionadas, (Colonia y Maldonado) pertenecen a los cuadrantes opuestos al considerar los otros componentes (turismo sol y playa y dinámica turística) por lo que no puede concluirse que ninguno de ellos per se mediatice o intermedie en este comportamiento.

El resto de las unidades territoriales muestran también desplazamientos pero de distancias mucho menores en el componente pobreza y desigualdad social. Canelones y Rocha se mantienen a lo largo del periodo en el entorno de la media (no superan un desvío de distancia en ningún sentido).

Montevideo y el Litoral termal parten desde el inicio de la serie de valores cercanos a la media y llega a superarla en poco más de un desvío.



En el caso de Andalucía, en el modelo tri-dimensional incorpora variables que indican sobre los flujos migratorios. Vale aclarar que las variables relativas a la emigración no pudieron ser incluidas por arrojar valores de MSA inferiores a 0,50. Por lo que finalmente la dimensión termina considerando sólo variables de inmigración. Estas son: porcentaje de inmigración total sobre población de derecho; porcentaje de inmigrantes extranjeros sobre inmigración total.

El modelo tri-dimensional de ACP, extrae tres componentes: dinámica del turismo; tipo de turismo de alto gasto; y dinámica inmigratoria y de empleo, saturando en este último cuatro variables: tasa de actividad, tasa de empleo, y las dos variables que indican sobre magnitud relativa de la inmigración que recibe la provincia dada su población de derecho y la estructura de dicha inmigración (porcentaje de inmigrantes extranjeros sobre el total de inmigrantes).

Tal como sucede en el caso de Uruguay las provincias mantienen sus posiciones relativas en los componentes comunes a los modelos anteriores (dinámica del turismo y tipo de turismo de alto gasto). Los resultados adquieren mayor consistencia, dado que las posiciones relativas de las provincias en el componente III de este modelo (que agrega a la dinámica de empleo la dinámica inmigratoria de las provincias) son muy similares al anterior. Agudizando levemente las distancias que recorren a lo largo del tiempo algunas de las provincias en torno a los componentes, la estructura se mantiene básicamente inalterada.

Puede decirse entonces que la dinámica del turismo y el tipo de turismo (alto consumo) son independientes (constituyen componentes ortogonales) y cada una a su vez independiente de la dinámica de empleo. Sin embargo la inmigración (tanto su magnitud como su composición) sostiene una correlación alta con las tasas de actividad y de empleo, constituyendo por tanto un único factor.



Vale hacer mención al tratamiento del tiempo que está implícito en el análisis realizado. Al ser las unidades de análisis construidas, complejas (consideran simultáneamente territorio-año; o espacio-tiempo) para los dos casos analizados, se habilita la identificación de la evolución a lo largo del periodo estudiado de cada unidad territorial en los diferentes componentes. Esto permite no sólo establecer la ubicación en un punto sino su desplazamiento en el tiempo y captar los procesos de cada unidad territorial, además de comparar sus recorridos tanto en sentido como en distancia.

Para visualizar estos procesos más claramente se crearon los puntos suplementarios, que si bien no son considerados en el análisis sirven a los efectos interpretativos y gráficos. Son referencias contextuales. Esos puntos suplementarios se construyeron calculando los valores medios de cada una de las variables (estandarizadas) incluidas en el modelo, a lo largo de la serie. Mediante el método de regresión lineal se obtienen las puntuaciones en cada componente (utilizando como coeficientes los que arroja la matriz de transformación de componentes). Graficando estos puntos y los de los valores para cada año, es posible interpretar relativamente los desplazamientos de cada provincia en cada componente.

Es claro que todas las provincias de Andalucía se desplazan positivamente en la dinámica del mercado de empleo, aunque las distancias que recorren en el componente son diferenciales. Por otra parte la relación entre la dinámica del empleo y del turismo no es directa en todas las provincias (Almería particularmente).

Es posible ver del mismo modo que si bien todas las unidades territoriales turísticas del Uruguay, agudizan su desigualdad y niveles de pobreza entre 1998 y el 2004 las distancias recorridas no sólo son diversas sino que las capacidades de retracción de este proceso también tienen velocidades diferentes.

La variable tiempo se considera en esta investigación a partir de datos anuales. No es posible desagregar los datos a menor escala temporal⁷¹, no obstante esto no supone una restricción al estudio. Frente al argumento que el dato anual “oculta” la variación que eventualmente se produce en la dinámica de la actividad y del mercado de trabajo (medido

⁷¹ Para el caso de Andalucía no están los datos correspondientes a trimestres a lo largo de la serie considerada y en el caso de Uruguay la muestra de la Encuesta Continua de Hogares (fuente de información utilizada para la referencia de variables territoriales) no es representativa por trimestres a escala departamental.



tanto a partir de la tasa de actividad como de la tasa de ocupación) en los trimestres de estacionalidad turística, puede afirmarse que esas variaciones son los suficientemente “temporales”, así como sus efectos como para no manifestarse en el dato anual. En el caso en que las variaciones que produjera el turismo sobre la tasa de actividad o de empleo, estuvieran concentradas en un solo trimestre, no podría hablarse de efectos permanentes en el territorio, ni avanzar en este sentido en un modelo basado en el turismo como medio eficaz de desarrollo local.

Todo esto confirma que la dimensión territorial importa y que el turismo no puede considerarse un fenómeno homogéneo, ni hablar de él como si se produjera en el vacío. Siempre refiere y remite a un territorio que también es singular. No hay razón ni evidencia que permita sostener premisas lineales sobre los efectos o los impactos del turismo. La relación del turismo – territorio se trate de cualquiera de sus dimensiones, requiere ser especificada y vista desde lo empírico y concreto.

Lo anterior no obsta para que luego de ser consideradas las especificidades (tanto de los turismos, como de los territorios) se intenten modelizar situaciones, construir tipologías, considerar similitudes y diferencias. Por supuesto que los diseños de gestión territorial y de planificación de un territorio determinado pueden apoyarse sobre antecedentes de otras unidades que clasifiquen en el mismo “tipo”. Este es un recurso útil y de frecuente uso. Sin embargo para ello, los estudios empíricos son previos, y un pre-requisito para estos estudios es la existencia de información sobre el territorio y sobre el turismo *que el territorio recibe*.

Para avanzar en esta dirección se requieren determinadas condiciones. Entre ellas un sistema de información estadística que de cuenta tanto de los “turismos” como de los “territorios” en cuestión, permitiendo el análisis de sus características, situaciones coyunturales, estructurales y evoluciones.

Uruguay actualmente enfrenta esto como una debilidad. La información sobre turismo no tiene referencia territorial que permita ser acoplada a otras dimensiones. La única referencia territorial de las estadísticas de turismo, son los “destinos”, que están definidos sin criterio político-administrativo (refieren tanto a balnearios, como a



TurismoS y TerritorioS



departamentos o grupos de departamentos). Los destinos considerados son siete en total – dos de las cuales remiten al mismo departamento y otro que remite a más de uno) lo cual restringe la información sobre turismo a un máximo de 7 departamentos (considerando a dos de ellos una unidad) de los 19 que existen en el país. El agrupamiento en “otros” del resto de los departamentos del país, inhabilita cualquier estudio para ellos.

En la medida que la información producida sistemáticamente a lo largo del tiempo por el sistema nacional estadístico, sobre otras dimensiones (sociales, económicas, etc.) consideran la unidad territorial “departamento”, y sólo es posible considerar información territorial a este nivel (como mínimo), la incompatibilidad con la información producida sobre turismo, anula la posibilidad de estudios sobre el tema que consideren la mirada de los territorios.

Este déficit conduce a la incapacidad de las diferentes autoridades locales y departamentales a conocer su situación relativa al turismo, a utilizar dicha información para la gestión, la planificación, el control y/o la promoción del mismo. Asimismo inhibe a la academia a desarrollar estudios sobre esta temática desde una mirada territorial que contribuyan a un desarrollo de la disciplina y del conocimiento sobre la realidad nacional respecto a una de las actividades centrales en su economía.

El Ministerio de Turismo es la oficina productora de información oficial sobre el tema, ha sostenido hasta el momento una política de restricción del acceso público a ésta, existen obstáculos para asegurar la sistematicidad en lo que se publica (lo que dificulta continuar series) y el éxito en pedidos de procesamientos a medida es aleatorio.

Retomando la discusión de la distribución global desigual relativa al turismo internacional (en sus varias facetas), como al conocimiento que se produce sobre el mismo, la situación de España y Uruguay es sustancialmente diferente. La cantidad y la calidad de la información disponible sobre turismo en España admiten estudios complejos y su vínculo con los territorios⁷². Uruguay requiere institucionalizar la mirada territorial frente al fenómeno turístico, para ello es necesario generar capacidades y disponer de recursos. Se

⁷² No obstante el acceso libre de la información correspondiente al número de visitantes se encuentra sólo agregado a nivel provincial, no así para los municipios.



TurismoS y TerritorioS

reconoce el hecho de contar con la Encuesta de Turismo Receptivo, realizada sistemáticamente por el ministerio de Turismo desde hace dos décadas, y la legitimidad con que cuenta en términos de calidad de la información que recoge -no obstante los metadatos y la ficha técnica del relevamiento no están disponibles en las publicaciones y el acceso a los microdatos no es posible-. Se detecta asimismo una sub-utilización de la misma, dado los déficits mencionados antes.

La toma de decisiones locales, apoyadas en diagnósticos rigurosos requiere de la existencia de información adecuada. De este trabajo deriva el desafío de contribuir en tal sentido y potenciar el desarrollo de un sistema de información estadística sobre la situación del turismo (habilitando su caracterización) en el Uruguay, que dé cuenta de la dimensión territorial.



BIBLIOGRAFÍA

- **ACEVEDO, Fernando** “Pocitos sinfónico: La imagen del espacio barrial. En Gravano, A. (comp.) Miradas Urbanas Visiones Barriales. Nordan Comunidad. Montevideo 1995
- **ALVAREZ SOUSA, Antón.** La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos metodológicos. Política y sociedad, 2005. Vol. 42. Num. 1: 57-84
- **ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA** Previsiones Económicas de Andalucía. Marzo 2007. Disponible en <https://www.unicaja.es/resources/1177067209157.pdf>
- **ASTERIOU, Dimitrios.** Notas sobre análisis de series de tiempo. Estacionariedad, integración y cointegración. 2002. Disponible en <http://www.personal.rdg.ace.uk/uk>
- **AUGÉ, Marc.** El viaje imposible. El turismo y sus imágenes. Gedisa Editorial. Barcelona, España. 1997
- **BARTHEL-BOUCHIER, Diane** Authenticity and identity: theme parking the Amanas en International Sociology. Volumen 16 N° 2. June 2001
- **BARTHES, Roland** Semiología y urbanismo en La aventura semiológica., Ediciones Paidós, Seg. Edición. Barcelona 1993
- **BAYARDO, Rubens y LACARRIEU, Mónica (compiladores)** La dinámica global-local. Cultura y Comunicación: nuevos desafíos. Ediciones Ciccus La Crujía. Tucumán:1999
- **BECK, Ulrich** Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Paidós Barcelona, 1998
- **BECK,U; GIDDENS, A; y LASH, S** La modernidad reflexiva. Alianza, 2001
- **BELO MOREIRA, Manuel** Globalización y Agricultura. Zonas Rurales desfavorecidas. Oeiras, Celta, 2001
- **BOISSER, Sergio** “Política regional en una era de globalización ¿Hace sentido en América Latina? Documento 96/33 ILPES. Serie Ensayos. Santiago de Chile. 1996
- **BOISSER, Sergio** “Modernización del Estado: Una mirada desde las regiones. Documento 95/27 ILPES. Serie Ensayos, Santiago de Chile, 1995.



TurismoS y TerritorioS

- **BOISSER, Sergio** "En busca del esquivo desarrollo regional: entre la caja negra y el proyecto político". Documento 93/30 ILPES. Serie Ensayos. Santiago de Chile, 1995
- **BOURDIEU, Pierre ; CHAMBOREDOM, J.C. ; PASSERON, J.C.** - Siglo XXI. México, 1993
- **CASTELLS, Manuel** The Rise of the Network Society Malden, MA-USA Oxford. Blackell, 1996
- **CEA DÁNCONA, M de los A.** "Análisis Multivariado". Ed. Alianza. Madrid, 2001
- **CEPAL**, "Globalización y desarrollo" 2000
- **CHESNAIS, F.; DUMÉNIL, G. ; LÉVY, D.; WALLERSTEIN, I.** La globalización y sus crisis. Interpretaciones desde la Economía Política. Ed. Catarata 2002
- **COLECTIVO IOE** Inmigración, escuela y Mercado de trabajo. Una radiografía actualizada. Colección de Estudios Sociales Nº 11. Fundación la Caixa. 2002 Disponible en www.estudios.lacaixa.es
- **COMISIÓN MUNDIAL SOBRE MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO.** ONU "Our Common Future" o "Informe Brundtland", 1982.
- **CUNHA BARBOSA, M.A. ARICÓ, R.** La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasil. CEPAL Serie Seminarios y Conferencias Nº17. 2002
- **DE KADT, Emanuel** Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo. Ediciones ENDIMIÓN. Madrid, 1979.
- **DESROSIERES, Alain** De lo singular a lo general: la información estadística y la construcción del Estado. Comunicación para la Conferencia sobre: "Informação para una sociedade mais justa", organizada por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (INGE) Río de Janeiro, mayo de 1996. Trad: Vera, L.
- **DESROSIERES, Alain** Reflejar o Instituir: la invención de los indicadores estadísticos CREST (Centre de Recherche en Economie et Statistique) INSEE Paris. En Revista Methodologica Nº 4. 1996 pp 41-55.
- **DÍAZ DE RADA, Vidal** Técnicas de Análisis Multivariante para Investigación Social y Comercial. Ejemplos prácticos utilizando SPSS versión 11. Editorial RAMA, Madrid, 2002
- **DURÁN. M.A** La ciudad compartida: conocimiento, afecto y uso. Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España. Madrid, 1998
- **DOREMUS, P et al** The Myth of global corporation. Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 1998
- **ENTRENA DURÁN, Francisco** "Cambios en la construcción social de lo rural. De la autarquía a la globalización. Editorial Tecnos, Madrid, 1998.
- **ENTRENA DURÁN, Francisco** Modernidad y Cambio Social. Editorial Trotta Madrid, 2001.



TurismoS y TerritorioS

- **ESCOFIER, B. Y PAGES, J.** Análisis factoriales simples y múltiples. Objetivos, métodos e interpretación. Servicio Editorial Universidad del País Vasco. 1992
- **FEATHERSTONE, M.; LASH, S.** Globalization, Modernity and Spacialization of Social Theory: An Introduction. En Featherstone, M.; Lash, S; Robertson, R. Global Modernities SAGE publications. 1995.
- **FEATHERSTONE, M** A globalizacao da compleixidade ANPOCS, 32 Brasil. 1996.
- **FEATHERSTONE, Mike.** Global Modernities. TCS, Sage, London. 1995.
- **FILARDO, Verónica** Caleidoscopio sin espejos: Imágenes fragmentadas del turismo en Maldonado. En Revista de Ciencias Sociales. Departamento de Sociología Facultad de Ciencias Sociales. Fundación de Cultura Universitaria. N° 19 Febrero 2001.
- **FILARDO, Verónica** Ciudad: Imágenes e imaginarios en Revista (in)mediaciones. Escuela de Comunicación Universidad ORT Uruguay. Año 3, N° 3. Noviembre 2001 (pp 36-44)
- **FILARDO, Verónica** Relaciones entre la dimensión económica y cultural en los procesos de desarrollo local. El caso de San Gregorio de Polanco. Tesis de Maestría en Desarrollo Local y Regional. UCUDAL. 2001
- **FILARDO, V.; CABRERA, M.; DE LOS CAMPOS, H.; MACADAR, D.** Estadísticas sociodemográficas en el Uruguay. Diagnóstico y Perspectivas. Informe de investigación UNPFA-FCS. Disponible en http://www.fcs.edu.uy/investigacion/cat_estadisticas_sociodemo/estad_sociodemo.htm
- **FITUR** La actividad turística española en 2005. Edición 2006. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid 2006.
- **GIDDENS, A** Las consecuencias de la Modernidad Alianza 1992
- **GARCÍA CANCLINI, Néstor** La globalización imaginada Paidós. Buenos Aires, 2000
- **GARCÍA CANCLINI, Néstor** Imaginarios Urbanos. EUDEBA Buenos Aires, 1997
- **GARCÍA CANCLINI, Néstor** Cultura y Comunicación; entre lo global y lo local. Ediciones de Periodismo y Comunicación. N° 9. Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 1997
- **GARCIA CANCLINI, Néstor** Culturas en Globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración Nueva Sociedad. Venezuela 1996.
- **GARCÍA CANCLINI, Néstor** Globalizarnos o perder la identidad Nueva Sociedad. 163. Venezuela, setiembre-octubre 1999.
- **GARCÍA PASCUAL, Francisco** (coordinador) El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades. Universidad de Lleida. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. X Coloquio de Geografía Rural de la Asociación de Geógrafos Españoles. Madrid, 2001.
- **GARCIA TORRENTE, Roberto** El turismo Rural en Informe Económico de la Provincia de Almería, 2001. Turismo y desarrollo interior. Editado por Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Noviembre 2002. disponible en www4.cajamar.es/instituto/provincial.htm



- **GOMEZ MENDOZA, Josefina.** “Las “nuevas” funciones socio-económicas y medioambientales de los espacios rurales”. Universidad Autónoma de Madrid. En GARCÍA PACUAL, Francisco (coordinador) El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades. Universidad de Lleida. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. X Coloquio de Geografía Rural de la Asociación de Geógrafos Españoles. Madrid, 2001.
- **GRAVANO, Ariel (comp.)** Miradas Urbanas, Visiones Barriales. Diez estudios de antropología urbana sobre cuestiones barriales en regiones metropolitanas y ciudades intermedias. Nordan comunidad Montevideo, 1995.
- **GRAVANO, Ariel** “Hacia un nuevo marco teórico sobre el barrio: principales contextos de formulación en Gravano, A. (comp.) “Miradas urbanas Visiones Barriales.
- **GRABURN, H Y BARTHEL-BOUCHIER, Diane** Relocating the tourist en International Sociology Volume 16 N° 2. June 2001
- **GUERRERO, Ruth; GONZÁLEZ TORREROS, Lucía.** Perspectivas geográficas del turismo. Universidad de Guadalajara. México, 2006.
- **HARRISON, Julia** Thinking about tourist en International Sociology Vol. 16 N° 2. June 2001
- **HIERNAUX NICOLÁS, Daniel** La fuerza de lo efímero. Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo. En Alicia Lindón (coord.) La vida cotidiana y su espacio-temporalidad. Anthropos. Ciudad de México, 2000
- **HIERNAUX NICOLÁS, Daniel** La dimensión territorial de las actividades turísticas en Hiernaux Nicolás, Daniel (compilador) Teoría y praxis del espacio turístico. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. 1989.
- **HOFFMAN, Rodolfo** Distribucão de Renda Medidas de desigualdade e pobreza. Ed. Universidade Sao Paulo 2000
- **HOWSBAWN, Eric** “Entrevista sobre el Siglo XXI”. Al cuidado de Antonio Polito Editorial Crítica Barcelona. 2000
- **IANNI, Octavio** Teorías de la globalización. Siglo XXI. México, 1996.
- **INGLEHART, R.** Modernization and Postmodernization. Princeton U J, Princeton University Press.1996
- **IGLESIAS MILLAN; Josep** “Técnicas de Investigación aplicadas al sector turístico” Madrid Editorial Síntesis (2001).
- **INE CIFRAS** Boletín informativo del Instituto Nacional de España: El turismo en 2001. www.ine.es
- **JAFARI, Jafar.** El turismo como disciplina científica. Política y sociedad. 2005. Vol. 42 Num. 1: 39-56.
- **JEFFRIES, David** Governments and Tourism” Butterworth Heinemann (2001)
- **JURADO. Francisco** Los mitos del turismo EDYMION. Madrid, 1992
- **KING, Anthony** The Times and Spaces of Modernity (or Who needs Post-modernism?) En Featherstone, M.; Lash, S; Robertson, R. Global Modernities SAGE publications. 1995.



- **LATIESA RODRÍGUEZ, Margarita; ALVAREZ SOUZA, Antón** (compiladores) “El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo” Proyecto Sur Ediciones. Granada, 2000
- **LATIESA, Margarita:** Turismo: entre la sobreexplotación y la infrautilización de un recurso frágil y no renovable Ayuntamiento de Granada. Medio Ambiente. Granada Sostenible. Agenda 21 Local. www.granada.org/ambiente.ns/sos1/
- **LATIESA, Margarita.** Desarrollo sostenible: Evaluación de los impactos positivos y negativos sobre el turismo. En CIS. La sociedad: teoría e investigación empírica. Estudios en homenaje a José Giménez Blanco. Madrid, 2002.
- **LATIESA, Margarita.** Metodología de la investigación social para el turismo. En RUBIO GIL, Ángeles. Sociología del turismo. Ariel. Barcelona, 2003.
- **LATIESA, M.; VELA, M.; PANIZA, J.L.** Diversificación de productos turísticos: el turismo deportivo. En Turismo. 2001. 4to Congreso Universidad y Empresa.
- **LATIESA, M; MARTOS, P.** Interconexión entre deporte y turismo.
- **LATIESA, Margarita.** Turismo y desarrollo socioeconómico en el municipio de Granada Proyecto europeo Pass-enger. En ALVAREZ SOUSA, Antón. Desarrollo e planificación municipal do turismo. Editorial Deputación Provincial Da Coruña. 2001.
- **LATIESA, M.; CASTILLO, R.** Evolución del turismo en Andalucía. La sociedad Andaluza. 2002. Instituto de Estudios Sociales de Andalucía. IESA.
- **LATIESA, M; REBOLLO, S; PANIZA, J.L.** Deporte, Turismo y Salidas Profesionales. En Salidas profesionales en el campo de turismo deportivo. Junta de Andalucía. Empresa pública, turismo andaluz. Instituto Andaluz del deporte. Málaga, 2002.
- **LAW, John ,& URRY, John** “Enacting the social” Centre for Studies and Sociology Department, Lancaster University at: <http://www.comp.lancas.ac.uk/sociology/soc099jlju.html>
- **LEDRUT, Raymond** El espacio social de la ciudad AMORRORTU Buenos Aires, 1974
- **LENGKEEK, Jaap** Leisure experience and Imagination: rethinking Cohen’s Modes of tourist experience. en International Sociology Volumen 16 N° 2. June 2001
- **LIEBMAN, Guili** The technological body in tourism research and praxis en International Sociology Volume 16 N° 2. June 2001
- **LUKE, Timothy** New World Order or Neo World Orders: Power, Politics and Ideology in Informationalizing Glocalities. En Featherstone, M.; Lash, S; Robertson, R. Global Modernities SAGE publications. 1995.
- **MANNING, F** Turismo y clubes negros en Bermuda: un caso de revitalización cultural. En De Kadt, Emanuel Turismo: pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo. Ediciones ENDIMIÓN 1979.
- **MARGULIS, Mario** “Globalización y cultura” en Sociedad Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. BS AS. N° 9 Setiembre 1996 (5-17)



- **MARTÍN-BARBERO, Jesús** Globalización comunicaciones y descentramiento cultural. en Bayardo, R. Lacarrieu, M La dinámica global local Cultura y Comunicación: nuevos desafíos. Ediciones Ciccus/ La Crujía . Buenos Aires, 1999
- **MENDIOLA, Ignacio** Cartografías liminales: el (des)pliegue de la identidad. En Política y Sociedad 36 (2001) Madrid (pp 205-2201)
- **MINISTERIO DE TURISMO.** Anuario 2002. Área de Investigación y Estadística. Montevideo, 2002
- **MONS, Alain** La metáfora social: Imagen, territorio, comunicación Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires. 1994.
- **MONTERO, Cecilia; PARRA, Constanza** El cluster del ecoturismo en San Pedro. CEPAL. 2002. Serie Seminarios y conferencias N°17.
- **MONTANER MONTEJANO, Jordi** “Psicosociología del Turismo” Editorial Síntesis Madrid, 1996
- **OLIVERAS SAMITIER, J y ANTON CLAVÉ; S (eds.)** “Turismo y planificación del territorio en España de fin de siglo. Actas de las V Jornadas de Geografía del Turismo, Terragona Universidad Rovira, Virgili. 1998
- **OMT.** Highlights 2007. Disponible en: http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights07_sp_LR.pdf
- **OMT** Historical perspective of world tourism en <http://unwto.org/facts/eng/historical.htm>
- **ORTIZ, Renato** Munidalizacao e Cultura. Brasiliense. Sao Paulo, 1994
- **PERKINS, Harvey; THORNS, David** Gazing or performing? Reflections on Urry’s tourist Gaze in the context of contemporary experience in the antipodes en International Sociology Volume 16 N° 2. June 2001
- **PERULLI, Paolo** Atlas metropolitano El cambio social en las grandes ciudades. Alianza Editorial. Madrid, 1995
- **PICHARDO Muñiz, A.** Evaluación del impacto social. El valor humano ante la crisis y el ajuste. Ed. Humanitas. Buenos Aires. 1993.
- **PIZARRO, Narciso** Regularidad relacional, redes de lugares y reproducción social. En Política y Sociedad Revista de la Universidad Complutense. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. N° 33. Enero Mayo 2000
- **PNUD** Informe de Desarrollo Humano 2003.
- **POSADA, Marcelo** “El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino” En EUREV.27. n.8’. Santiago, mayo 2001
- **PRITCHARD, A.; MORGAN, Nigel.** Culture, identity and tourism representation: marketing Cymru or Wales? School of Hospitality, Leisure & Turism. University of Wales. Tourism Management 22: 167-169. 2001.
- **REBOLLO, E.** La Imagen de marca del territorio. Revista Prisma, N° 13 Universidad Católica del Uruguay Dámaso Antonio Larrañaga. 2000



TurismoS y TerritorioS

- **RICHARDS, Greg.** Time for a holiday? Social right and international tourism consumption. Time and society, 1998 Sage. London, Vol. 7 (1): 145-168.
- **RIEGL** “El culto moderno a los monumentos” Madrid Visor (1987)
- **ROBERTSON, Roland** Glocalization: Time-Space and Homogeneity – Heterogeneity. En Featherstone, M.; Lash, S; Robertson, R. Global Modernities SAGE publications. 1995.
- **RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, José Enrique** ¿Nuevos tiempos modernos? Intento de delimitación sociológica de la polémica modernidad- posmodernidad en Ramos Torre, Ramón ; García Selgas, Fernando (eds.) Globalización Riesgo y Reflexividad. Tres temas de la teoría social contemporánea CIS. Madrid. 1999.
- **RUBIO GIL, Ángeles.** Sociología del turismo. Ariel. Barcelona, 2003.
- **SASSEN, Saskia.** Perdiendo el control. La soberanía en la era del control. Ediciones Bella Terra. Barcelona, 2001.
- **SARASQUETA, Antxon.** EUNSA. Ediciones Universidades de la Barra. SA, Pamplona. 2003
- **SANTANA TALAVERA, A** Prevención de efectos no deseados y su relación con la imagen vendida en la implantación del sistema turístico Guise, 1994
- **SANTOS, Milton** Técnica Espacio tiempo Globalizacáo e meio técnico-científico informacional EDITORIAL HUICITEC Sao Paulo 1994
- **SKLAIR, Leslie** Sociología do sistema global. Petropolis, RJ:Voces 1995
- **SMITH, Valene** (comp) Anfitriones e Invitados. Antropología del turismo. Editorial Endimión. Madrid. 1989.
- **TURNER; V** El proceso ritual TAURUS Madrid. 1988
- **UCLES AGUILERA, D. et al** Informe económico de la provincia de Almería, 2001. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería 2002.
- **URRY, John** “Globalising the tourist gaze”, Published by Department of Sociology, Lancaster University at:<http://www.comp.lancas.ac.uk/sociology/soc079ju.html> September, 2001
- **URRY, John** “The global media and the cosmopolitanism” Published by Department of Sociology, Lancaster University at:<http://www.comp.lancas.ac.uk/sociology/soc056ju.html>. Paper presented at Transnational American Conference, Bavarian America Academy. Munich June 2000.
- **URRY, John** “Mobile Cultures” (draft) Published by Department of Sociology, Lancaster University at:<http://www.comp.lancas.ac.uk/sociology/soc030ju.html>
- **VEIGA,D; MAZZEI, E, FILARDO, V, RIVOIR, A.L** Sociedades locales y territorio en el escenario de la Globalización. Facultad de Ciencias Sociales CSIC. Montevideo, 2000



TurismoS y TerritorioS

- **VILLASANTE, T, MARTÍN, P.** ¿Lo local es local hoy? ¿El desarrollo qué es? En Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense de Madrid. Alternativas al desarrollo local . N° 31. Mayo-Agosto 1999.
- **VILLASANTE, T** Cuatro redes para hacer transformaciones sustentables En Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense de Madrid. Alternativas al desarrollo local N° 31. Mayo-Agosto 1999.



ANEXO I: URUGUAY

ÍNDICE

VARIABLES TURISMO 181

- Número de turistas y Gasto en dólares por concepto de turismo..... 181
 - Gráfica 1: Evolución del número de turistas en Uruguay (1998-2002)..... 181
 - Gráfica 2: Saldo Neto de Divisas del Uruguay por concepto de Turismo (1998-2004)..... 182
 - Gráfica 3: Evolución del número de turistas por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)..... 183
 - Gráfica 4: Distribución en trimestres del número de turistas ingresados por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)..... 184
 - Gráfica 5: Gastos en US\$ anuales por concepto de turismo por año y unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)..... 185
 - Cuadro 1: Gasto en dólares anuales por concepto de turismo por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)..... 186
 - Cuadro 2: Cociente entre el gasto en US\$ percibido por Maldonado respecto a las otras unidades territoriales del Uruguay por año. (1998-2004)..... 186
 - Gráfica 6: Gastos por día y por persona en US\$ por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004).. 187
 - Cuadro 3: Gasto por día y por persona en dólares por concepto de turismo por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)..... 187
 - Gráfica 7: Gastos total en dólares por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004) 189
 - Gráfica 8: Gastos por día y por persona en US\$ por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)..... 190
- Días de estadía de visitantes ingresados a Uruguay 191
 - Gráfica 9: Días de estadía promedio de turistas ingresados a Uruguay (1998-2004)..... 191
 - Gráfica 10: Días de estadía según zona turística (1998-2004) 192
 - Cuadro 4: Días de estadía de visitantes ingresados al país según zona turística en Uruguay 1998-2004 192
- Origen de los visitantes ingresados a Uruguay..... 193
 - Cuadro 5: Visitantes ingresados a Uruguay por nacionalidad según año (1988-2004)..... 193
 - Gráfica 11: Evolución del número de turistas por nacionalidad ingresados a Uruguay (1988-2006)..... 194
 - Cuadro 6: Visitantes ingresados a Uruguay por nacionalidad, según año (en porcentaje) 1988-2004..... 194
- Relación de los turistas sobre la población residente 195
 - Gráfica 12: Razón número de turistas anuales sobre el total de la población residente en zonas turísticas (1998-2004)..... 196
 - Cuadro 7: Población por zona turística del Uruguay (1998-2004)..... 197
- Estacionalidad 197
 - Cuadro 8: Estacionalidad: Porcentaje de visitantes ingresados a Uruguay en el primer trimestre según zona turística (1998-2004) 197
 - Gráfica 13: Porcentaje de turistas ingresados en el primer trimestre sobre el total anual por año y unidad turística (1998-2004)..... 198

VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS..... 199

- Cuadro 9: Población por zona turística del Uruguay (1996-2004)..... 199
- Gráfica 14: Población en unidades territoriales turísticas por año (1998-2004) 199

VARIABLES DEL MERCADO DE TRABAJO..... 200

- Cuadro 10: Tasa de actividad por unidad territorial turística y año (1998-2004)..... 200
- Gráfica 15: Tasa de actividad por unidad territorial turística y año (1998-2004) 200
- Cuadro 11: Tasa de desocupación por zona turística y año (1998-2004)..... 201
- Gráfica 16: Tasa de desocupación por zona turística y año (1998-2004)..... 201
- Gráfica 17: Evolución de tasa de desempleo por zona turística y año (1998-2004)..... 202
- Cuadro 12: Porcentaje de inactivos en la PEA por zona turística y año (1998-2004)..... 203
- Gráfica 18: Evolución de porcentaje de inactivos de la PEA por zona turística y año (1998-2004)..... 203



▪ Estructura Ocupacional por Sector de Actividad.....	204
Cuadro 13: Porcentaje de ocupados sobre el total de ocupados en el sector primario por unidad turística y año (1998-2004).....	204
Gráfica 19: Porcentaje de ocupados en el sector agropecuario sobre el total de ocupados por año y por unidad territorial turística (1998-2004).....	205
Ocupados en la industria.....	205
Cuadro 14: Porcentaje de ocupados en el sector secundario sobre el total de ocupados por unidad turística y año (1998-2004).....	205
Gráfica 20: Porcentaje de ocupados en la industria sobre el total de ocupados por año y por unidad territorial turística (1998-2004).....	206
Cuadro 15: Porcentaje de ocupados en el sector servicios sobre el total de ocupados por unidad turística y año (1998-2004).....	206
Gráfica 21: Porcentaje de ocupados en el sector servicios sobre el total de ocupados por año y por unidad territorial turística (1998-2004).....	207
VARIABLES DE DESIGUALDAD SOCIAL.....	207
Gráfica 22: Brecha de ingresos de los hogares por año y por unidad territorial turística (1998-2004).....	208
Cuadro 16: Brecha de ingresos de los hogares por año y por unidad territorial turística (1998-2004).....	208
Gráfica 23: Porcentaje de hogares pobres (línea de pobreza) por unidad turística y año (1998-2004).....	209
Cuadro 17: Porcentaje de hogares pobres (línea de pobreza) por unidad turística y año (1998-2004).....	209
CONSIDERANDO TRIMESTRES... con recaudos.....	211
Gráfica 24: Tasa de actividad por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004).....	212
Gráfica 25: Tasa de desocupación por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004).....	213
Gráfica 26: Diferencia entre tasa de actividad y tasa de desocupación por trimestre y por unidad turística de Uruguay (1998-2004).....	214
Gráfica 27: Brecha de ingresos de hogares por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004).....	215



VARIABLES TURISMO

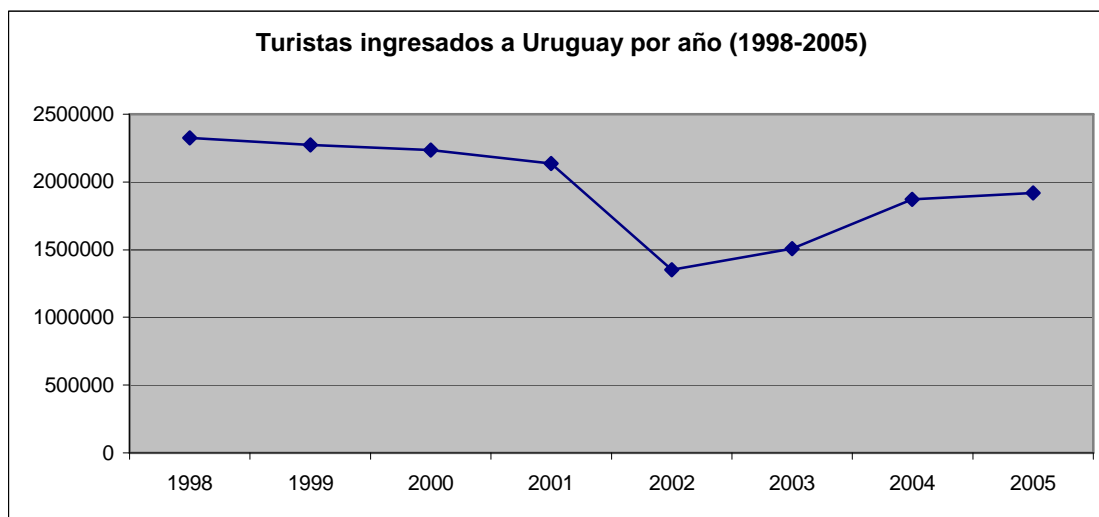
- *Número de turistas y Gasto en dólares por concepto de turismo*

En primer lugar se presenta la evolución del número de turistas en el Uruguay desde 1998 al 2005. Como se aprecia en la gráfica siguiente, de la estabilidad hasta el 2001, se verifica una disminución severa (1:353.872 turistas) en el año 2002, en que se registra una aguda crisis en la región, producto básicamente a partir del quiebre financiero en Argentina. A partir del 2003 el crecimiento sistemático anual en el número de turistas al país no logra alcanzar los niveles previos al 2001.

El punto extremo del 2002 se debe fundamentalmente a la crisis del sistema financiero en Argentina, que desplomó el país con consecuencias visibles en cualquiera de los indicadores que se tomen a nivel interno, y que sin duda repercutieron notoriamente en las cifras de turistas del Uruguay, dada la estructura del turismo nacional, en que la mayoría relativa son de procedencia argentina.

Puede estimarse que en términos de tendencia el Uruguay recibe más de 2 millones de turistas por año desde hace más de 10 años.

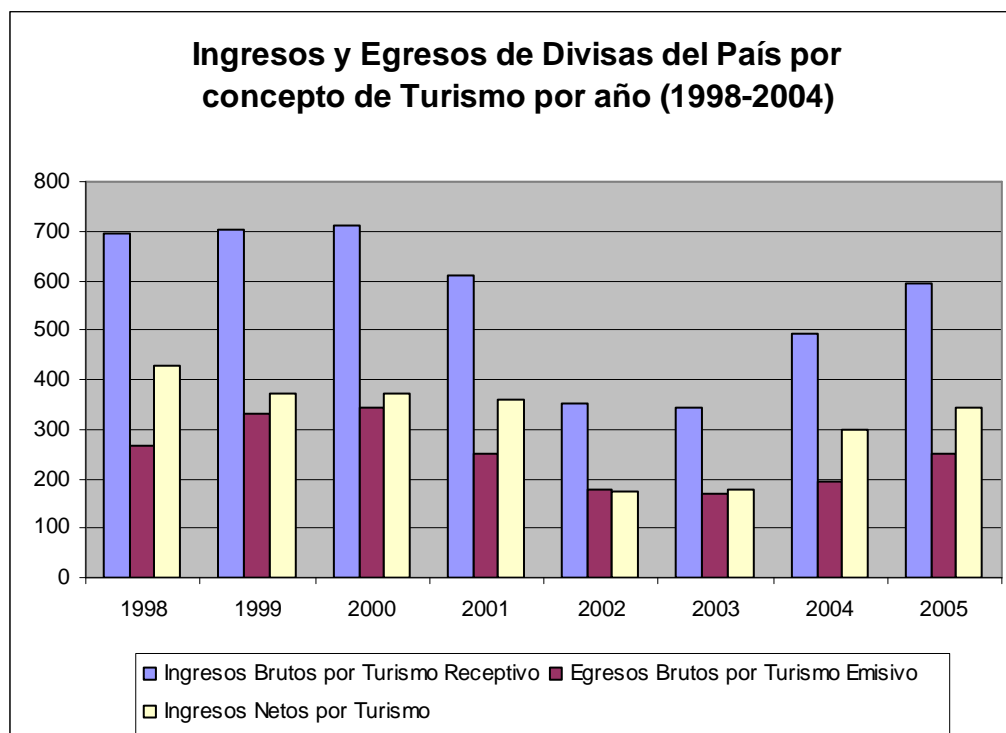
Gráfica 1: Evolución del número de turistas en Uruguay (1998-2002)



Fuente: Encuesta de turismo receptivo. Ministerio de Turismo de Uruguay.



Gráfica 2: Saldo Neto de Divisas del Uruguay por concepto de Turismo (1998-2004)



Fuente: Ministerio de Turismo y Deporte en base a datos de la Encuesta de Turismo Receptivo.
Ingresos Netos por Turismo= Saldo de la Balanza Turística
Ingresos por turismo incluye alquileres imputados a propietarios no residentes desde 1997.

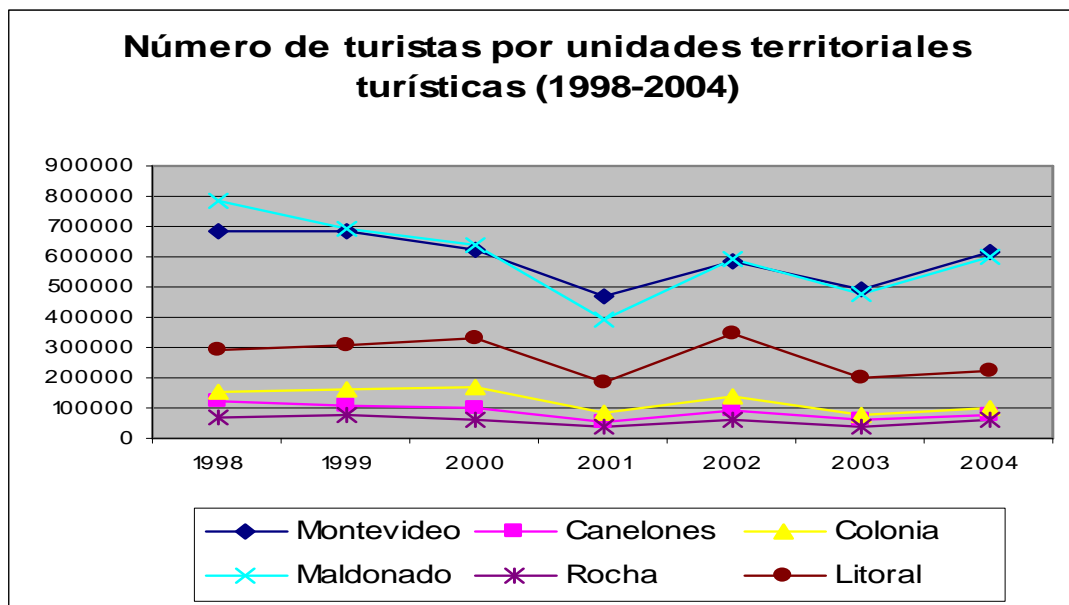
El comportamiento de los ingresos por concepto de turismo en el Uruguay sigue la misma pauta que el número de turistas, mostrando con claridad el quiebre de la tendencia para el año 2002 (que ya se manifiesta en el último trimestre del 2001). En relación al turismo emisor sigue el mismo patrón. El crecimiento a partir del 2002 es pronunciado y en el 2005 el valor de los ingresos en dólares por turismo receptivo llega al valor del año 2003, mostrando una pronta recuperación.

Salvo el año 2002, el saldo neto (la diferencia entre los ingresos y egresos de divisas del país por concepto de turismo) es positivo a lo largo de la serie considerada.



Atendiendo a los diferentes destinos turísticos de Uruguay y en el periodo comprendido de análisis se ven las tendencias diferentes de cada uno de las unidades territoriales consideradas.

Gráfica 3: Evolución del número de turistas por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.

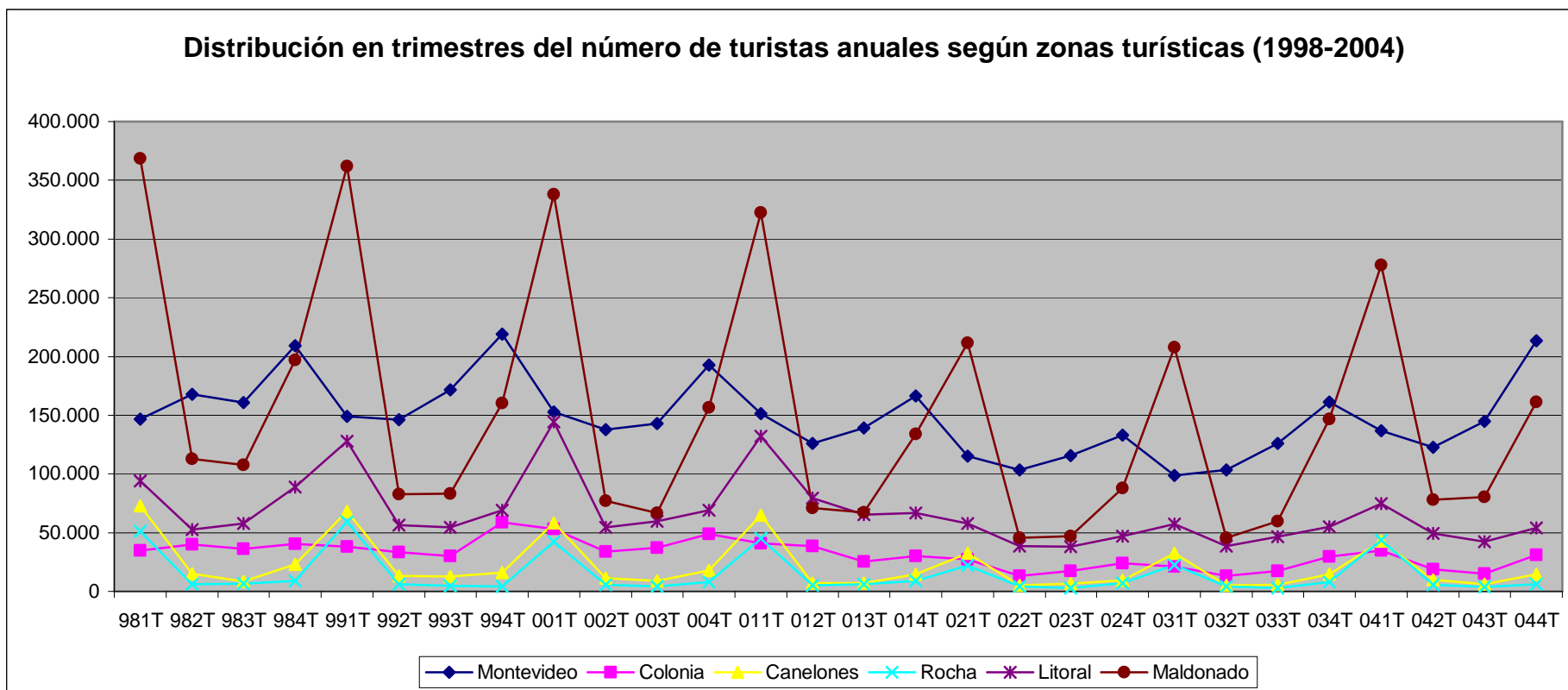
Se ve con claridad las diferencias que presentan las diferentes unidades territoriales consideradas en el número de turistas que reciben. Las tendencias tienden a mantener las diferencias, entre las unidades territoriales, en el largo plazo (1998 a 2004). En el caso del litoral termal y de Colonia, hasta el 2002 se mostraba un incremento notorio y sostenido, que a partir de la crisis se detiene.

Montevideo y Maldonado, por otra parte muestran un desempeño similar salvo los primeros años del período. Debe tenerse en cuenta que el turismo de Maldonado (fundamentalmente en Punta del Este) es básicamente estacional, no así el de Montevideo, por lo que un comportamiento similar agregado (anual) entre ambos destinos, oculta las diferencias entre ellos.

En la gráfica siguiente se muestra la magnitud de la heterogeneidad que se presenta en la distribución del ingreso de turistas en los cuatro trimestres del año, particularmente en algunas unidades turísticas.



Gráfica 4: Distribución en trimestres del número de turistas ingresados por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Encuesta de Turismo Receptivo del MITUR.



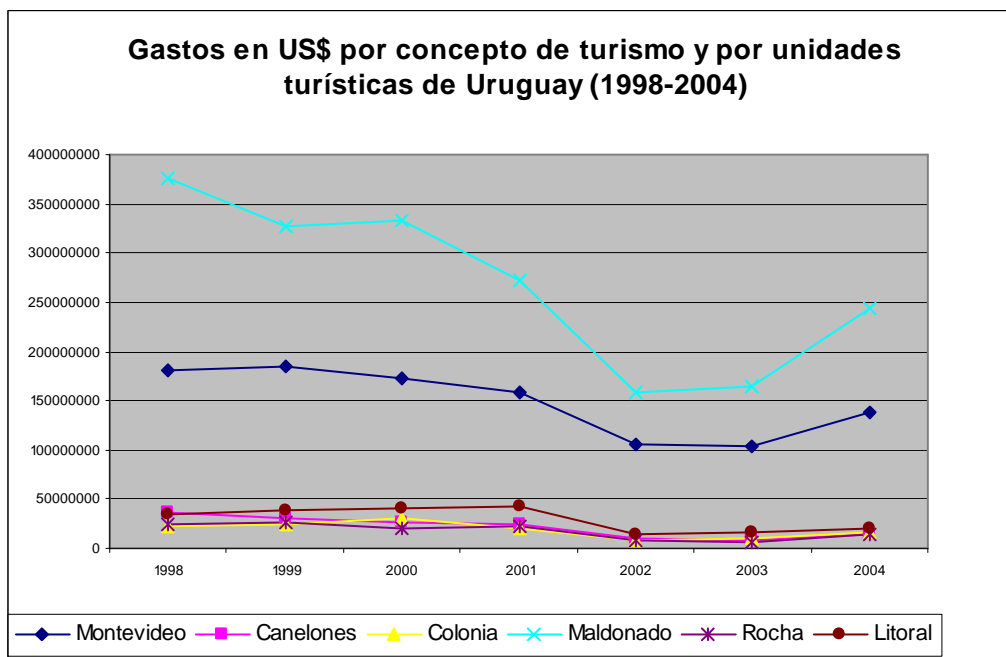
Puede apreciarse la gran estacionalidad que se verifica especialmente en Maldonado, concentrando un volumen alto de los turistas que reciben anualmente en el primer trimestre del año (enero, febrero y marzo).

Montevideo, con unos picos estacionales marcados pero menores, recoge el mayor número de turistas en el cuatro trimestre coincidiendo con las fiestas de fin de año, probablemente asociados al retorno de uruguayos para estas celebraciones.

Canelones y Rocha mantienen el turismo de sol y playa, asociados al primer trimestre como el que concentra el mayor número de turistas, mientras que Colonia es el departamento de distribución más homogénea en el año.

El litoral termal muestra un comportamiento hacia la disminución de la estacionalidad de su turismo.

Gráfica 5: Gastos en US\$ anuales por concepto de turismo por año y unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.



Cuadro 1: Gasto en dólares anuales por concepto de turismo por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)

GASTO EN US\$ ANUALES POR UNIDAD TERRITORIAL TURÍSTICA (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	180919415	185511242	172953599	159213602	106311042	103814930	137726556
Canelones	35675825	29557137	26990161	24695458	10170638	8552572	13216554
Colonia	23142721	24654433	30102620	20454214	7719053	9535618	16328747
Maldonado	375503306	327076781	333913973	271315934	157693535	164805294	243291722
Rocha	23493745	25796776	19376717	22308679	8396650	7014199	13828454
Litoral termal	34068514	38396993	40338043	41844348	14806637	15621062	19493702

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.

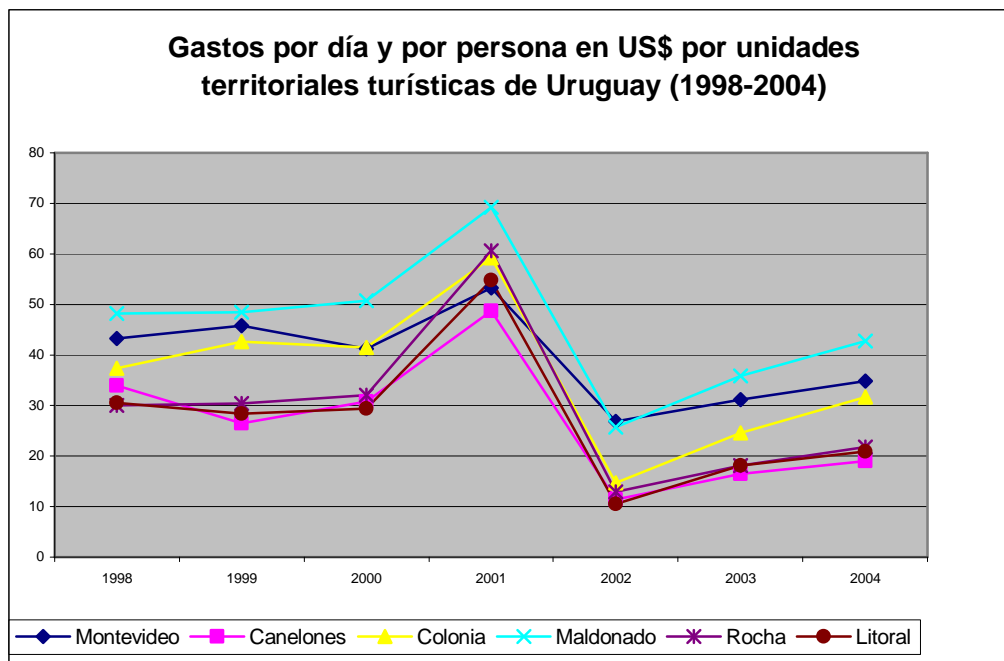
Cuadro 2: Cociente entre el gasto en US\$ percibido por Maldonado respecto a las otras unidades territoriales del Uruguay por año. (1998-2004)

COCIENTE DE GASTO DE MALDONADO Y OTRAS UNIDADES TERRITORIALES TURISTICAS POR AÑO (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Maldonado/ Montevideo	2,1	1,8	1,9	1,7	1,5	1,6	1,8
Maldonado/ Canelones	10,5	11,1	12,4	11,0	15,5	19,3	18,4
Maldonado/ Colonia	16,2	13,3	11,1	13,3	20,4	17,3	14,9
Maldonado/ Rocha	16,0	12,7	17,2	12,2	18,8	23,5	17,6
Maldonado/ Litoral termal	11,0	8,5	8,3	6,5	10,7	10,6	12,5

Fuente: elaboración propia



Gráfica 6: Gastos por día y por persona en US\$ por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.

Cuadro 3: Gasto por día y por persona en dólares por concepto de turismo por unidad territorial turística en Uruguay (1998-2004)

	GASTOS POR PERSONA Y POR DÍA POR UNIDADES TURÍSTICAS DE URUGUAY (1998-2004)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	43,3291948	45,8263862	41,2486298	53,2659695	26,8192788	31,1548436	34,836805
Canelones	33,8632216	26,5185013	30,7435346	48,7029863	11,4417539	16,5047794	18,9282112
Colonia	37,3599546	42,7205979	41,5285652	59,2168256	14,6450141	24,5718893	31,6989255
Maldonado	48,2523482	48,4771106	50,8155266	69,2116594	25,7307473	35,8566356	42,724868
Rocha	30,0283914	30,3937448	32,0110597	60,6238155	12,8905554	18,0990802	21,7483358
Litoral	30,5418196	28,3650389	29,3178587	54,8568691	10,5097924	18,0528703	20,9094261

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.

El gasto en dólares efectuado por los turistas y acumulado en un año, marcan diferencias sustantivas entre las distintas unidades territoriales turísticas de Uruguay. Maldonado adquiere valores relativamente muy altos, significando entre 1,5 y 2 veces más anualmente que el ingreso por concepto de gasto de turistas que recibe Montevideo a lo largo de la serie considerada.

Canelones que pierde significativamente ingresos atribuidos a gasto de turistas en el periodo, pierde también en términos relativos a Maldonado, ya que si en 1998 revela una razón de 10,5 a 1 en contra, en el 2004 esta distancia se acentúa a 18,4:1.



TurismoS y TerritorioS



Maldonado por otra parte muestra un quiebre tremendamente significativo en el 2002, ya fue enunciado el impacto de la crisis financiera de Argentina, origen de la mayoría absoluta del turismo que recibe ese departamento. El litoral termal si bien siente en ese año la crisis, sus ingresos imputables al turismo decrecen más levemente, lo cual permite disminuir la brecha de casi 11: 1 de 1998 a la mitad (6,5:1) en el 2001. Sin embargo Maldonado vuelve a superar en los valores de comienzo de la serie, lo cual parece ser relativamente estable.

Colonia y Rocha siguen comportamientos similares con razones respecto a Maldonado que fluctúan entre el 11,5:1 y el 24:1 a lo largo de la serie.

Respecto al gasto por capita y por día, se muestra un comportamiento uniforme en todas las unidades territoriales a pesar de las diferencias en la línea de base de cada una. Crece hasta el 2001 momento en que establece una caída abrupta para todos los destinos, recuperándose a ritmo lento a partir del 2003.

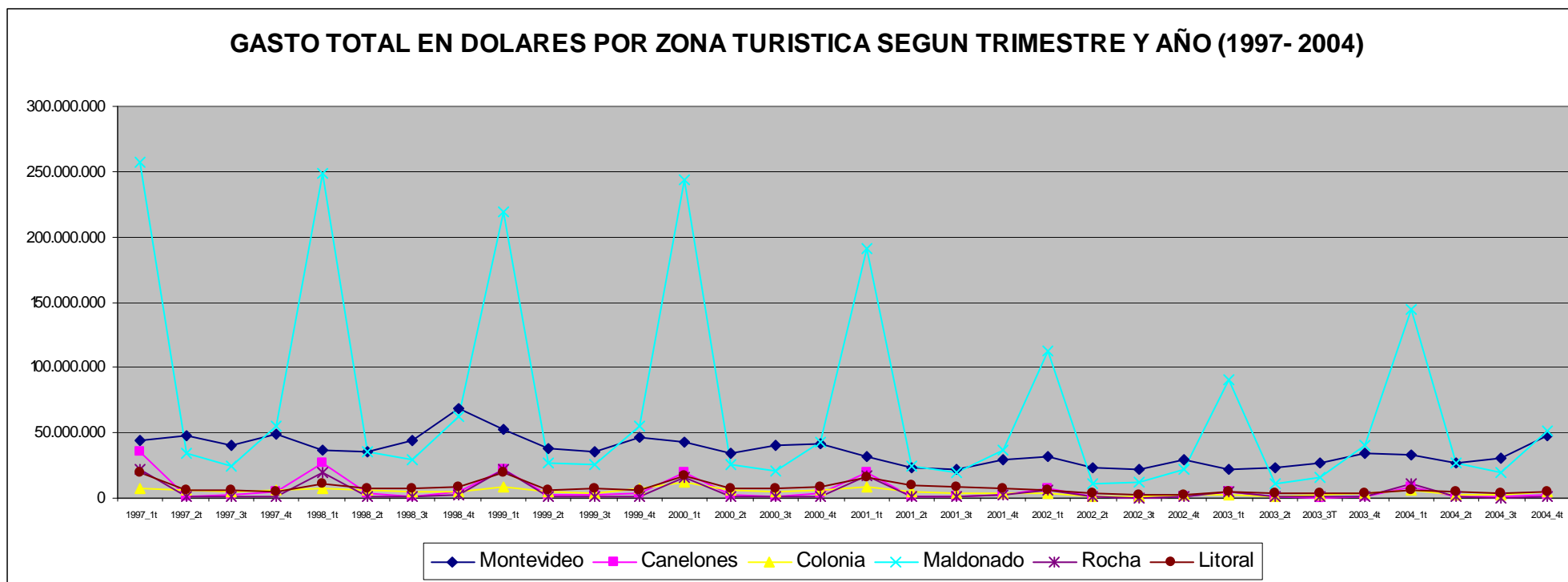
A continuación se presentan una serie de gráficos donde se representan estas variables pero en trimestres, dado que como se ha visto la estacionalidad marcada en algunas de las unidades territoriales determina el flujo de divisas.

Allí se ve con nitidez las diferencias más que relevantes de Maldonado respecto al resto de las unidades territoriales turísticas, así como la relativa estabilidad en el tiempo en el ingreso de dólares por concepto de turismo en Montevideo, en que la estacionalidad es sustantivamente menor.

También se aprecia en este indicador la estacionalidad de Canelones y Rocha, así como la disminución de la estacionalidad en el Litoral termal.



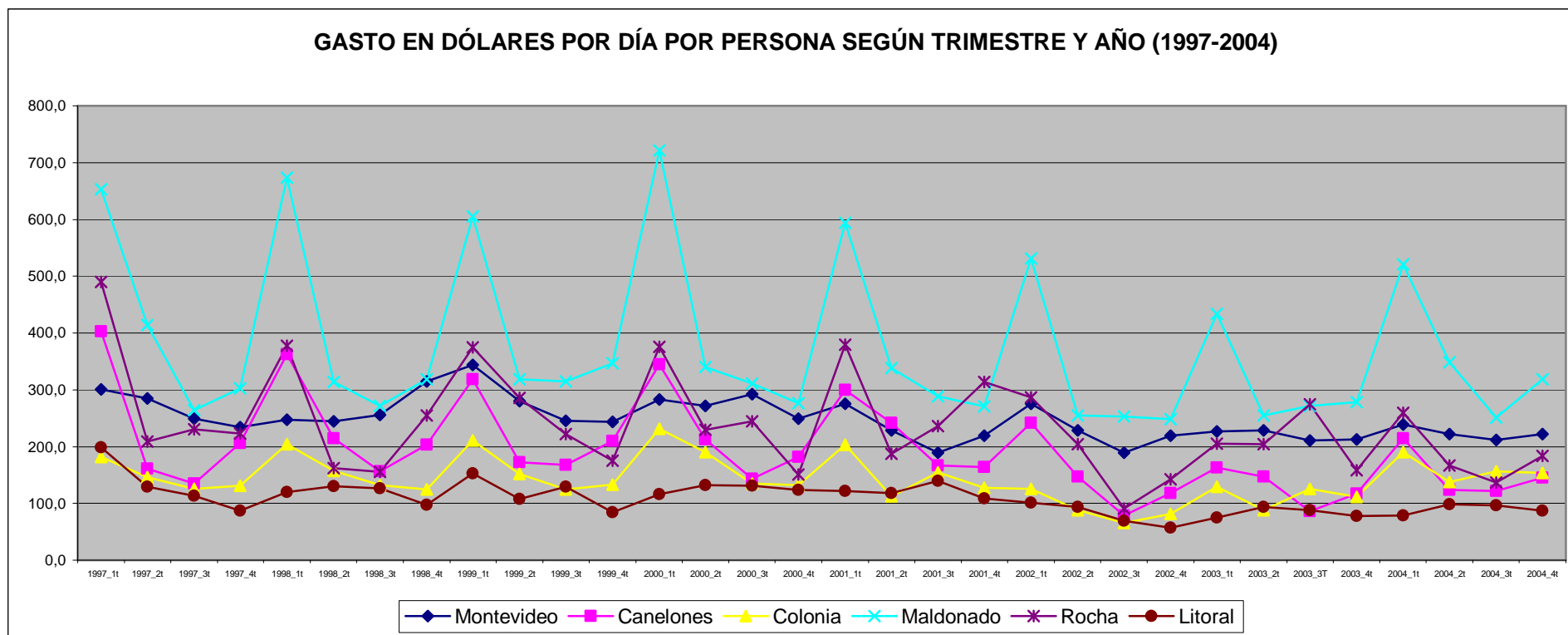
Gráfica 7: Gastos total en dólares por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.



Gráfica 8: Gastos por día y por persona en US\$ por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



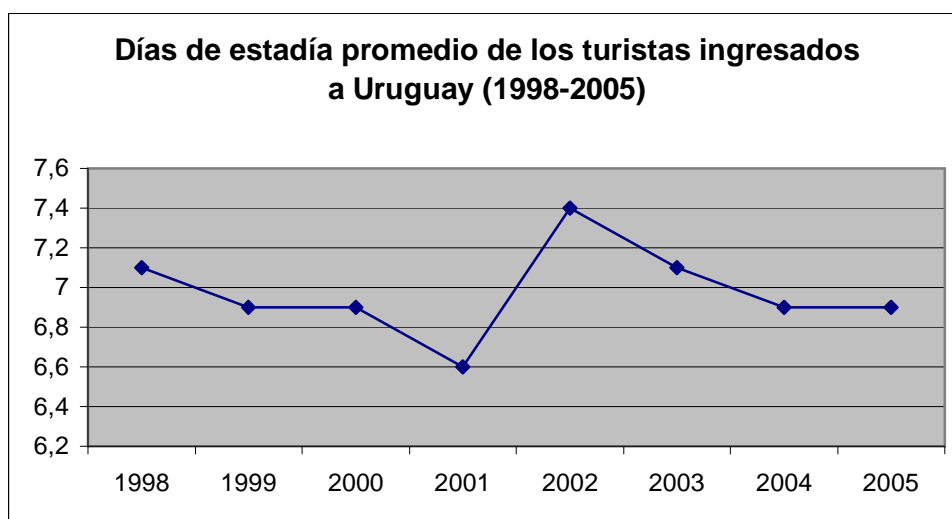
Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo.



▪ *Días de estadía de visitantes ingresados a Uruguay*

Se verifica una tendencia a la baja del tiempo de duración de la estadía de los visitantes desde 1998 hasta el 2001 en el Uruguay. En el 2002 se asiste a un alza que supera los valores anteriores, para recobrar en los años siguientes el descenso a una estabilidad en el entorno de los 7 días.

Gráfica 9: Días de estadía promedio de turistas ingresados a Uruguay (1998-2004)



Fuente: MINTUR Anuario estadístico 2007

Abriendo por unidad territorial, la situación cambia según destino, mostrando tres grupos diferentes: uno de ellos registra una estadía en días de los visitantes en el entorno de 8 a 12 días, y está conformado por: Maldonado, Costa Oceánica (Rocha) y Costa de Oro (Canelones).

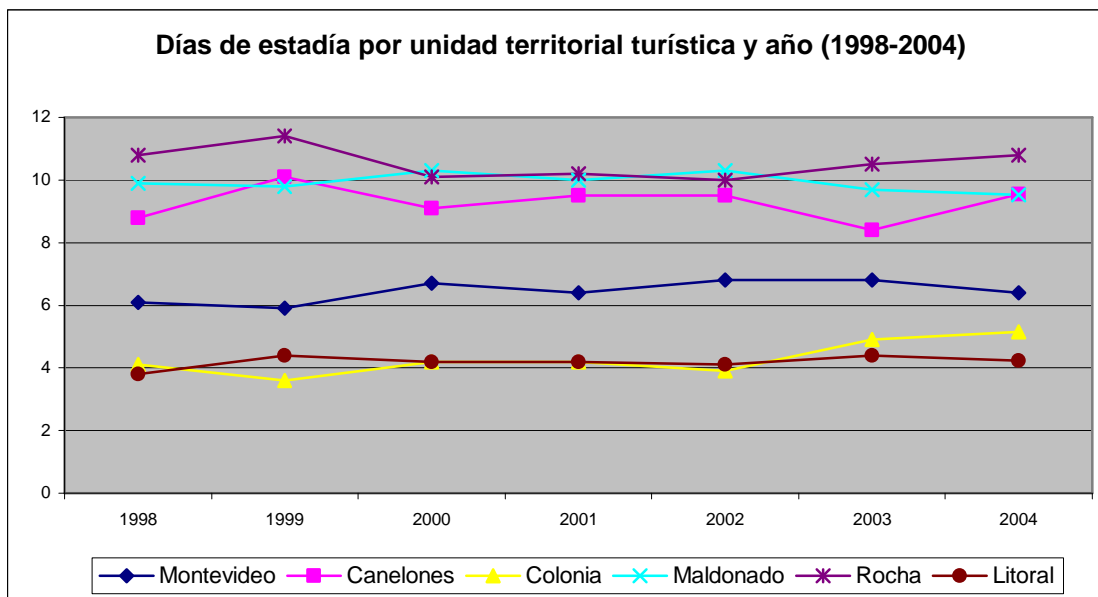
El segundo marca como tendencia una estadía en el entorno de 6 días de duración y se integra por el departamento de Montevideo.

El tercer grupo en que se encuentran Colonia, el Litoral termal y “otros destinos”⁷³ con una estadía que oscila en 4 días de duración.

⁷³ Tal como se discutió en otro lugar esta categoría incluye “en tránsito”, que si bien conceptualmente representan cosas muy distintas en las estadísticas publicadas del Ministerio de turismo aparecen en la misma categoría, y al no conseguir los microdatos de esta fuente, es imposible discriminarlas.



Gráfica 10: Días de estadía según zona turística (1998-2004)



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos de Encuesta de Turismo Receptivo y Dirección Nacional de Migración.

Cuadro 4: Días de estadía de visitantes ingresados al país según zona turística en Uruguay 1998-2004

ESTADIA EN DIAS SEGÚN UNIDAD TURÍSTICA 1998-2004							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	6,1	5,9	6,7	6,4	6,8	6,8	6,4
Canelones	8,8	10,1	9,1	9,5	9,5	8,4	9,5
Colonia	4,1	3,6	4,2	4,2	3,9	4,9	5,2
Maldonado	9,9	9,8	10,3	10,0	10,3	9,7	9,5
Rocha	10,8	11,4	10,1	10,2	10,0	10,5	10,8
Litoral termal	3,8	4,4	4,2	4,2	4,1	4,4	4,2

Fuente: Ministerio de Turismo de Uruguay



▪ *Origen de los visitantes ingresados a Uruguay*

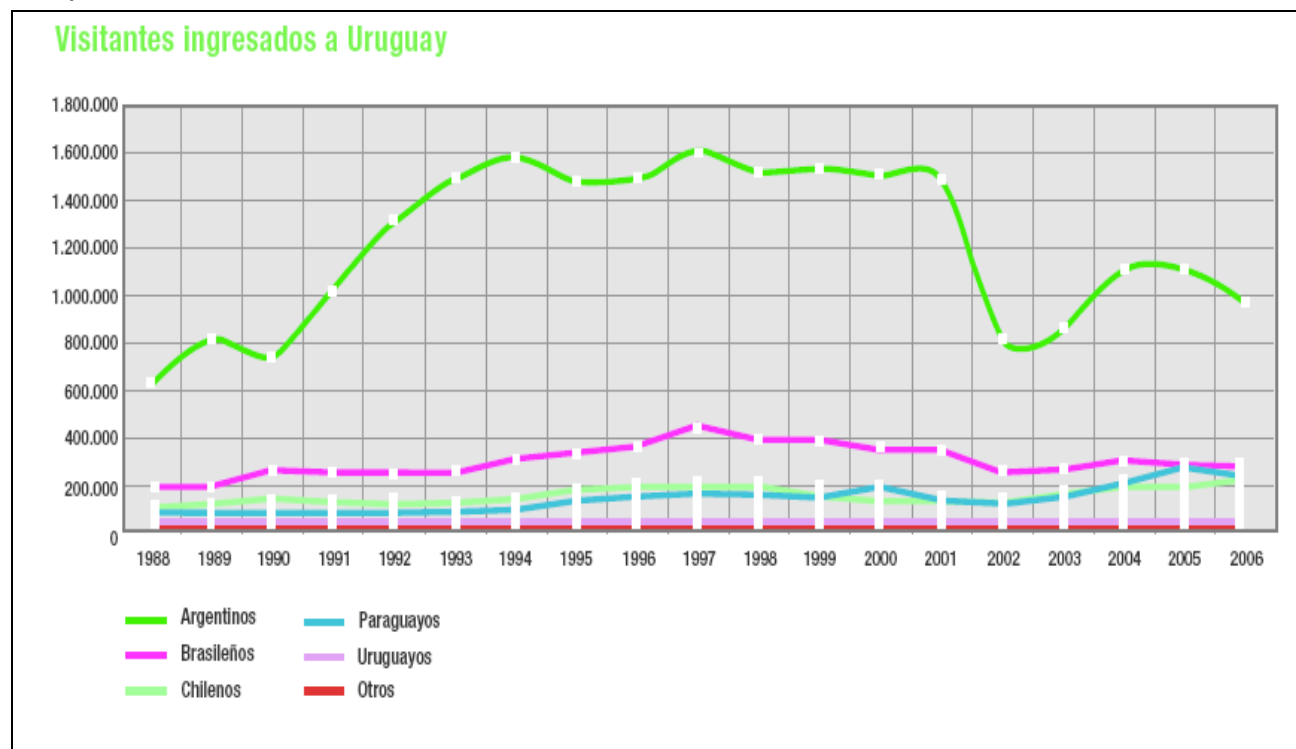
Cuadro 5: Visitantes ingresados a Uruguay por nacionalidad según año (1988-2004)

Visitantes ingresados a Uruguay por nacionalidad, según año (1988-2004)							
Año	Argentinos	Brasileños	Chilenos	Paraguayos	Uruguayos	Otros	Total
1988	633205	102671	16647	8820	192449	82188	1035980
1989	817072	113372	15975	10413	197861	85738	1240431
1990	742228	143920	18210	11101	163749	87832	1167040
1991	1023798	128220	16280	11860	247834	81970	1509962
1992	1311856	121839	18268	12018	249300	88391	1801672
1993	1493239	124861	19586	13177	257600	94080	2002543
1994	1579683	144041	22121	15626	308632	105354	2175457
1995	1478036	178192	25120	20827	336393	138362	2176930
1996	1491845	194039	25933	20125	367883	158791	2258616
1997	1602845	200331	29423	22035	443564	164334	2462532
1998	1513634	212182	24506	20283	389702	163686	2323993
1999	1532725	153740	22498	20519	384860	158822	2273164
2000	1510386	140905	22080	21185	362544	178787	2235887
2001	1478561	121882	19591	26358	347727	142327	2136446
2002	813304	118400	19997	18015	258508	125648	1353872
2003	866570	151383	32751	17716	264817	174818	1508055
2004	1108592	187744	38662	19227	301188	215445	1870858

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos de Encuesta de Turismo Receptivo y Dirección Nacional de Migración.



Gráfica 11: Evolución del número de turistas por nacionalidad ingresados a Uruguay (1988-2006)



Fuente: MINTUR. Anuario 2007

Cuadro 6: Visitantes ingresados a Uruguay por nacionalidad, según año (en porcentaje) 1988-2004

Visitantes ingresados a Uruguay por nacionalidad, según año (en porcentaje) (1988-2004)							
	Argentinos	Brasileños	Chilenos	Paraguayos	Uruguayos	Otros	Total
1988	61,1	9,9	1,6	0,9	18,6	7,9	100
1989	65,9	9,1	1,3	0,8	16,0	6,9	100
1990	63,6	12,3	1,6	1,0	14,0	7,5	100
1991	67,8	8,5	1,1	0,8	16,4	5,4	100
1992	72,8	6,8	1,0	0,7	13,8	4,9	100
1993	74,6	6,2	1,0	0,7	12,9	4,7	100
1994	72,6	6,6	1,0	0,7	14,2	4,8	100
1995	67,9	8,2	1,2	1,0	15,5	6,4	100
1996	66,1	8,6	1,1	0,9	16,3	7,0	100
1997	65,1	8,1	1,2	0,9	18,0	6,7	100
1998	65,1	9,1	1,1	0,9	16,8	7,0	100
1999	67,4	6,8	1,0	0,9	16,9	7,0	100
2000	67,6	6,3	1,0	0,9	16,2	8,0	100
2001	69,2	5,7	0,9	1,2	16,3	6,7	100
2002	60,1	8,7	1,5	1,3	19,1	9,3	100
2003	57,5	10,0	2,2	1,2	17,6	11,6	100
2004	59,3	10,0	2,1	1,0	16,1	11,5	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo. Encuesta de Turismo Receptivo y Dirección Nacional de Migración.



Como surge claramente de la tabla, la dependencia que presenta el turismo receptivo de Uruguay respecto a los visitantes argentinos es sustancial. En el entorno del 60 % de los turistas que recibe Uruguay para todos los años de la serie proceden de la Argentina. En 1993 tres de cada cuatro son argentinos. Este dato coloca a Uruguay en una situación de alta vulnerabilidad respecto a las diversas coyunturas desfavorables en Argentina, que implican automáticamente un efecto sobre las cifras de recepción de turismo.

En los últimos años de la serie de muestra un relativo crecimiento en “otros” que logra superar el 10% por dos años consecutivos. Quizá sea un indicio de éxito de las diversas estrategias que el país (tanto desde el sector público pero particularmente privado) ha implementado para posicionar sus productos turísticos en otros mercados, y disminuir la participación de los argentinos que a pesar de ello, sigue siendo el principal soporte de la actividad turística del país.

Cabe anotar que la participación en el total de turistas que recibe Uruguay de nacionales que residen en el exterior se ubica en el entorno del 15% a lo largo de toda la serie considerada presentando leves fluctuaciones. En el periodo considerado el porcentaje de uruguayos que ingresan e calidad de turistas se ubica entre el 13 y el 19 % a lo largo del periodo considerado. En todos los años supone el segundo lugar en términos de procedencia de turistas extranjeros. Lo cual señala indirectamente otro fenómeno que de alguna forma caracteriza a nuestro país: la importantísima emigración que ha registrado en las últimas décadas⁷⁴.

Más allá que el porcentaje que representan los brasileños no supere el 10% en ninguno de los años considerados, que los chilenos no superen el 2,5% del total y los paraguayos no superen el 1.3%, debe darse cuenta de que el turismo que recibe Uruguay es básicamente regional. “Otros países” exceptuando los más cercanos no llegan a representar en la última década más del 11% del total. Consistentemente se manifiesta la dependencia regional del turismo receptivo uruguayo.

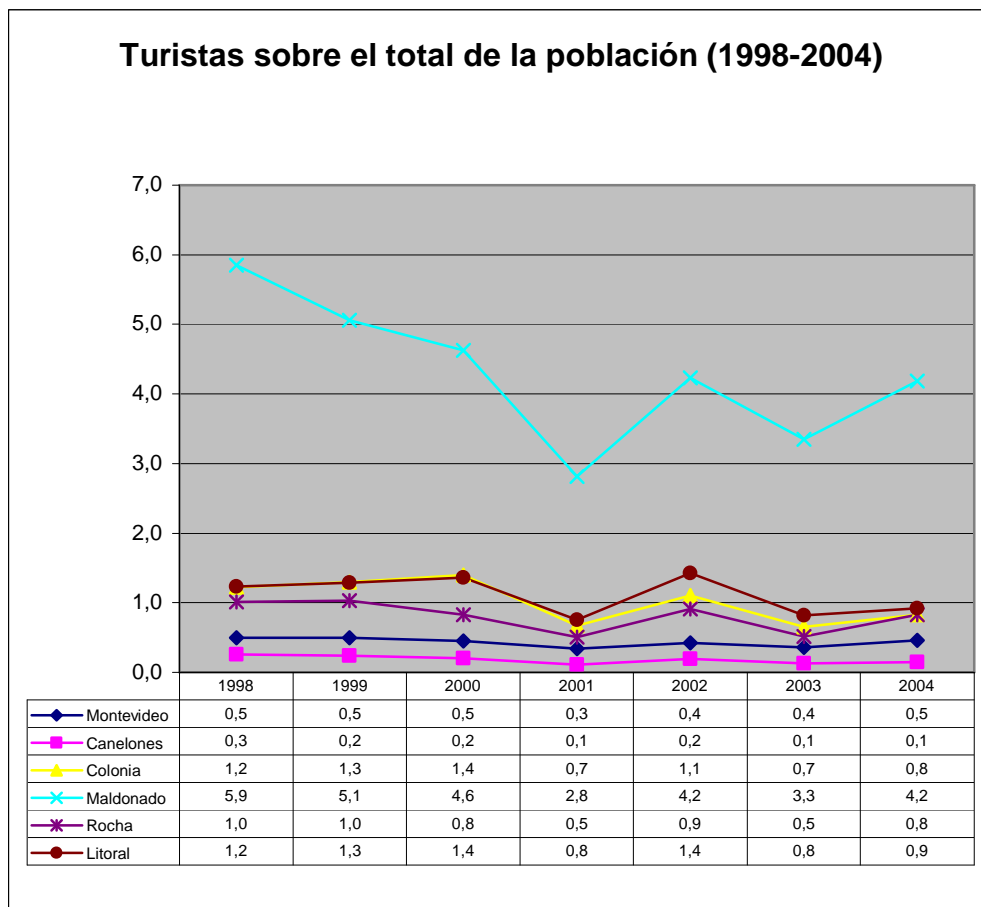
▪ ***Relación de los turistas sobre la población residente***

Uno de los elementos que se sugiere como relevante para la relación entre el turismo y las diferentes dimensiones consideradas en los territorios, es no sólo el volumen de turistas sino cuanto éstos representan respecto a la población local. En este sentido se registran más que significativas diferencias entre las diferentes unidades territoriales estudiadas.

⁷⁴ Que aunque está fuera de los ámbitos de interés de este trabajo conviene señalar que los procesos emigratorios fuertes y selectivos que ha sufrido el Uruguay a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, han tenido sustancias diversas. En las décadas de los 70 y 80, fuertemente asociado al exilio político y a la instauración de la Dictadura militar, a partir de 1985 con la instalación de la democracia, las razones explicativas de los procesos emigratorios que tienen diferente intensidad en el tiempo, son básicamente económicos. Hace falta aclarar también que el fenómeno emigratorio en Uruguay ha sido escasamente estudiado –aunque en los últimos años se ha incrementado el interés en la temática- y se cuenta con poca información sistemática sobre ello. Los registros de información son inadecuados e insuficientes para abordar seriamente estimaciones del número de personas que pasan a residir fuera del país. (en particular dado el proceso de “ilegalidad” (inmigrantes ilegales) que acompaña a la salida del país, es decir aquellos que viajan con visa turista y permanecen en situación “irregular” en otro país.



Gráfica 12: Razón número de turistas anuales sobre el total de la población residente en zonas turísticas (1998-2004)



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de la Encuesta de Turismo Receptivo (MINTUR) y proyecciones de población (INE)

De la gráfica anterior se desprende Maldonado como caso extremo en Uruguay en la relación entre población y visitantes que recibe al año: casi 6 turistas por habitante. Debe considerarse que la población corresponde a todo el departamento, no obstante los turistas se concentran en los principales balnearios. Esta gráfica por lo tanto debe leerse con esta precaución. El fenómeno de la concentración de turistas es aún mayor que lo que aparece aquí en algunos balnearios, por otra parte, como se verá a continuación el turismo (particularmente en Maldonado, Rocha y Canelones) es estrictamente estacional: vale decir se intensifica durante el verano. Los datos presentados son anuales, por lo que también en este caso la relación calculada oculta lo que suceden algunos meses en el año, en ciertos balnearios.

Todos los demás destino no llegan a superar dos turistas por habitante, siendo Canelones el extremo opuesto a Maldonado, señalando la menor intensidad de turistas en relación a su población residente.



Cuadro 7: Población por zona turística del Uruguay (1998-2004)

	POBLACIÓN POR UNIDAD TERRITORIAL TURÍSTICA Y AÑO (1998-2004)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	1380176	1380502	1379418	1376452	1370308	1361223	1352984
Canelones	464388	470007	475474	480471	484517	488533	493671
Colonia	123315	123473	123450	123197	122602	121772	121207
Maldonado	134354	136143	137842	139355	140576	141593	142654
Rocha	71885	71975	72039	71944	71722	71411	71088
Litoral termal	238132	239732	240967	241685	241629	240993	240512

Fuente: datos de población: proyecciones realizadas por el INE
<http://www.ine.gub.uy/biblioteca/indemog/indemog.htm>

▪ *Estacionalidad*

El turismo en Uruguay tiene una pauta de distribución desigual a lo largo del año. Entre un 39 y un 45 % de los visitantes que ingresan al país en el año, lo hacen en el primer trimestre (enero a marzo, meses de verano), entre los años 1998-2004. Si bien se aprecia en el 2002 un comportamiento diferencial (es el año de menor concentración de visitantes en el primer semestre de la serie considerada) la estacionalidad es marcada y relativamente estable en el periodo.

Se ha considerado el porcentaje de los visitantes ingresados al país en el primer trimestre como un indicador de la estacionalidad del turismo en el Uruguay. Como se visualiza con claridad en el cuadro siguiente, la pauta de estacionalidad señala diferencias entre los diferentes destinos considerados.

Cuadro 8: Estacionalidad: Porcentaje de visitantes ingresados a Uruguay en el primer trimestre según zona turística (1998-2004)

	PORCENTAJE DE VISITANTES INGRESADOS EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO, POR AÑO Y UNIDAD TERRITORIAL TURÍSTICA DE URUGUAY (1998-2004)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	21,4	21,7	24,4	26,0	24,7	20,1	22,2
Canelones	60,9	61,8	60,2	69,2	60,6	52,8	58,3
Colonia	22,9	23,7	30,6	30,2	33,2	26,4	34,9
Maldonado	46,9	52,6	53,0	54,2	54,0	43,8	46,5
Rocha	70,4	79,8	70,5	69,1	60,8	60,8	74,1
Litoral termal	32,0	41,5	44,1	38,4	31,8	29,3	33,9

Fuente: Elaborado a partir de información del Ministerio de Turismo del Uruguay www.mintur.gub.uy



La mayor estacionalidad la registra Rocha, a partir de considerar el porcentaje de turistas que ingresan en el primer trimestre del año. A lo largo de la serie este departamento registra porcentajes en el entorno del 60 y 80%.

Canelones es otro departamento que tiene estacionalidad elevada en el entorno del 60% a lo largo de la serie en el porcentaje de turistas que ingresan en los meses de verano.

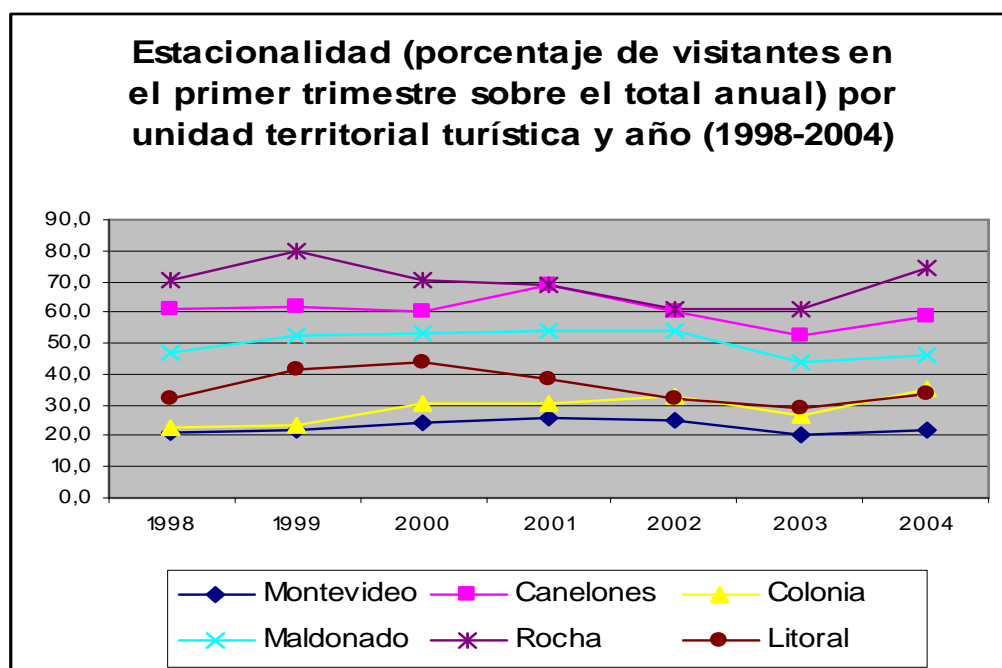
Maldonado se sitúa en el entorno del 50% a lo largo de la serie.

Litoral termal, Colonia y Montevideo siguen patrones más homogéneos a lo largo del año en relación al momento del ingreso de turistas.

El indicador de estacionalidad que se tomó en este caso muestra ser estable para el caso de Montevideo, con valores que van del 20 al 26% a lo largo de la serie considerada, probablemente por ser la capital, el destino que registra menor nivel de variación en cuanto a la distribución a lo largo del año del porcentaje de turistas que recibe.

Para el Uruguay en términos globales la concentración de turistas en el primer trimestre de los años considerados, -que son aquellos para los cuales se dispone de información -varía entre el 39 y el 45%.

Gráfica 13: Porcentaje de turistas ingresados en el primer trimestre sobre el total anual por año y unidad turística (1998-2004)



Fuente: Elaborado a partir de información del Ministerio de Turismo del Uruguay



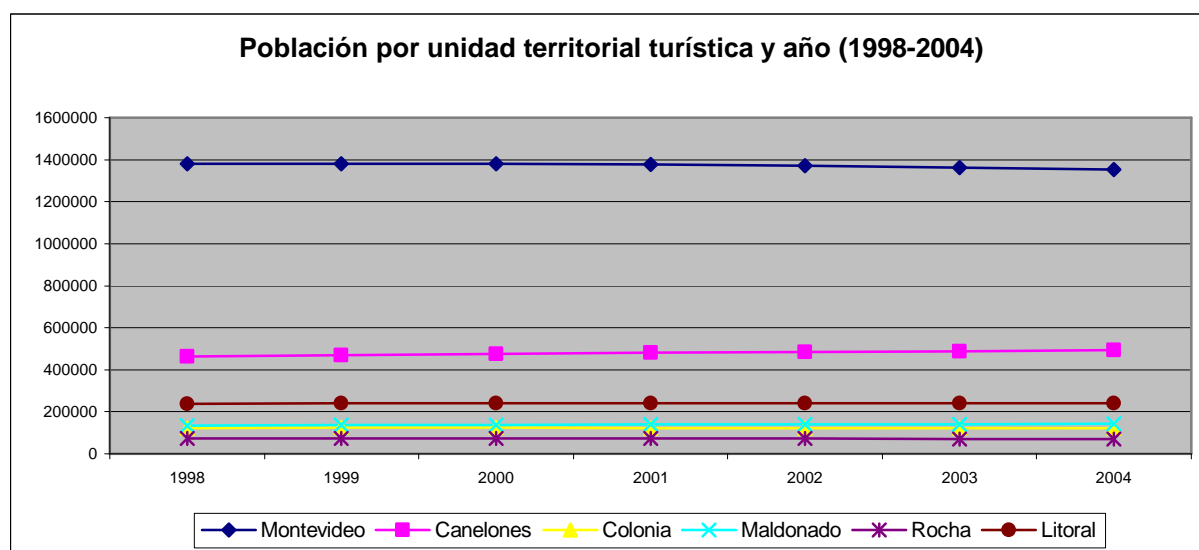
VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Cuadro 9: Población por zona turística del Uruguay (1996-2004)

POBLACION POR ZONAS TURÍSTICAS, Y TOTAL DEL URUGUAY. 1998-2004									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	3235549	3256182	3273777	3288819	3300847	3308356	3308527	3303539	3301732
Montevideo	1375107	1378628	1380176	1380502	1379418	1376452	1370308	1361223	1352984
Canelones	452808	458576	464388	470007	475474	480471	484517	488533	493671
Colonia	122800	123071	123315	123473	123450	123197	122602	121771	121207
Maldonado	130420	132459	134353	136143	137842	139355	140576	141593	142654
Rocha	71688	71820	71885	71975	72039	71943	71722	71411	71088
Litoral	234246	236296	238132	239732	240967	241685	241629	240993	240993
Otros	848480	855332	861527	866988	871658	875252	877173	878015	879135

Fuente: datos de población: proyecciones realizadas por el INE
<http://www.ine.gub.uy/biblioteca/indemog/indemog.htm>

Gráfica 14: Población en unidades territoriales turísticas por año (1998-2004)



Fuente: datos de población: proyecciones realizadas por el INE
<http://www.ine.gub.uy/biblioteca/indemog/indemog.htm>

Como se aprecia en el gráfico la estabilidad de la población del Uruguay y de las zonas turísticas del Uruguay es muy alta. Una leve tendencia a la baja en Montevideo, es compensada por el crecimiento en el departamento de Canelones en la serie, debido básicamente al cambio de residencia al área metropolitana. La emigración internacional se estima pronunciada, sin que se cuenten aún con datos precisos sobre su magnitud.

El objetivo de la inclusión de estos cuadros es permitir al lector replicar las variables construidas, y documentar las fuentes de los datos utilizados en el análisis. En particular la



población de las unidades territoriales turísticas fue utilizada para la creación de la razón número de turistas/población residente.

VARIABLES DEL MERCADO DE TRABAJO

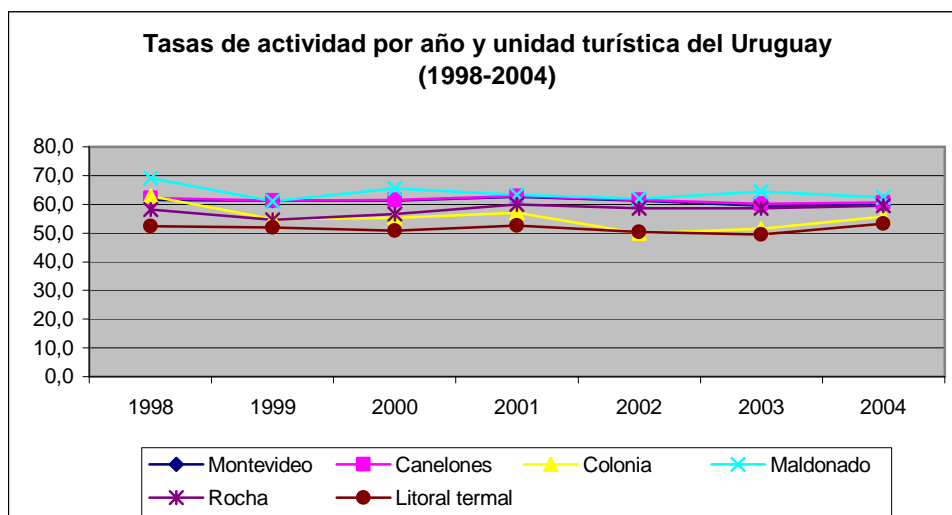
En función de las hipótesis del trabajo, las variables relativas al mercado de trabajo adquieren un lugar central. En este caso se presenta para los años considerados en el estudio y para cada una de las unidades territoriales, tasa de actividad, tasa de ocupación, tasa de desempleo, población inactiva, y las que muestran la estructura ocupacional por sector de actividad.

Cuadro 10: Tasa de actividad por unidad territorial turística y año (1998-2004)

TASA DE ACTIVIDAD POR AÑO Y UNIDAD TURÍSTICA (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	61,4	61,4	61,3	62,6	61,2	59,6	59,8
Canelones	62,2	61,4	61,4	63,0	61,5	60,1	60,7
Colonia	62,9	54,8	55,3	57,1	49,9	51,4	55,6
Maldonado	69,1	61,1	65,5	63,2	61,9	64,3	62,5
Rocha	58,1	54,7	56,6	60,0	58,6	58,7	59,5
Litoral termal	52,3	51,8	50,7	52,5	50,5	49,4	53,3

Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Gráfica 15: Tasa de actividad por unidad territorial turística y año (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



DEFINICIONES:

Tasa de Actividad: La tasa de actividad es el cociente entre la población económicamente activa (PEA) y la población de 14 o más años.

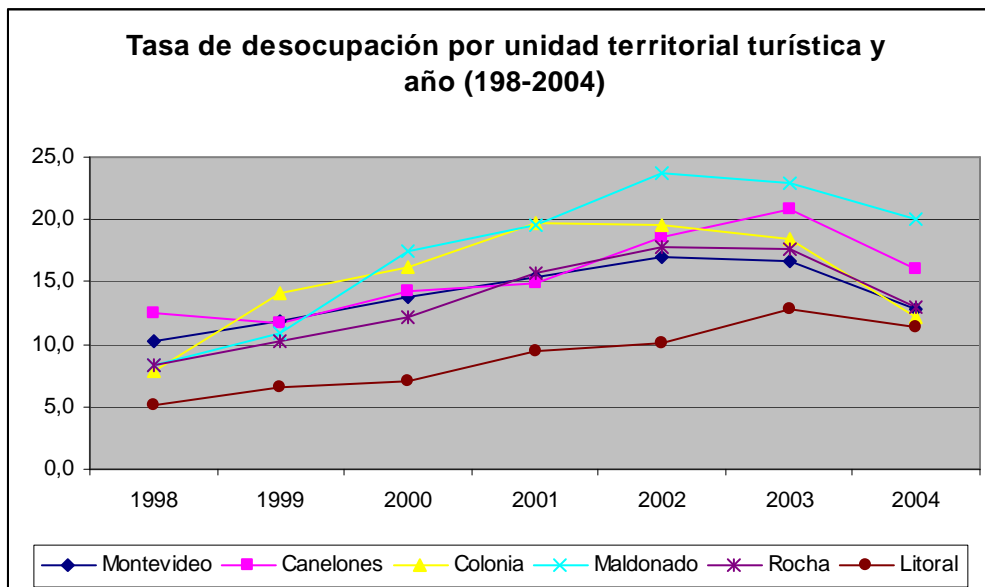
Población Económicamente Activa (PEA) Abarca a las personas de 14 o más años de edad que aportan su trabajo y a las que estarían dispuesta a aportarlo, para producir bienes y servicios económicos durante el periodo de referencia elegido para la Encuesta. Este grupo incluye la Fuerza de Trabajo civil y los efectivos de las Fuerzas Armadas. La Fuerza de Trabajo civil comprende a los ocupados y desocupados durante el período de referencia.

Cuadro 11: Tasa de desocupación por zona turística y año (1998-2004)

	TASA DE DESOCUPACION POR UNIDAD TURÍSTICA Y AÑO (1998-2004)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	10,2	11,9	13,9	15,5	17,0	16,7	12,9
Canelones	12,4	11,8	14,2	14,9	18,6	20,9	16,0
Colonia	7,8	14,1	16,2	19,7	19,6	18,4	12,1
Maldonado	8,4	10,9	17,4	19,6	23,7	22,9	20,0
Rocha	8,4	10,3	12,2	15,7	17,8	17,6	13,0
Litoral termal	5,1	6,6	7,1	9,4	10,1	12,9	11,4

Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Gráfica 16: Tasa de desocupación por zona turística y año (1998-2004)



Fuente: procesamiento a partir de micro-datos de la ECH-INE.

La gráfica muestra con elocuencia en enorme impacto de la crisis del 2002 en el departamento de Maldonado. Sin embargo debe notarse asimismo que la tendencia al



crecimiento es bastante anterior, si bien en ese año alcanza el valor mas alto de la serie. Con tendencias al crecimiento menos pronunciadas que en Maldonado, del 1998 al 2002 todas las unidades territoriales turísticas registran un alza en este indicador. El litoral es quien muestra menor elasticidad.

La tendencia es la inversa a partir del 2003 para todas las unidades, y el menor decrecimiento, aunque también con menores valores absolutos lo registra el litoral termal.

Definición: (INE)

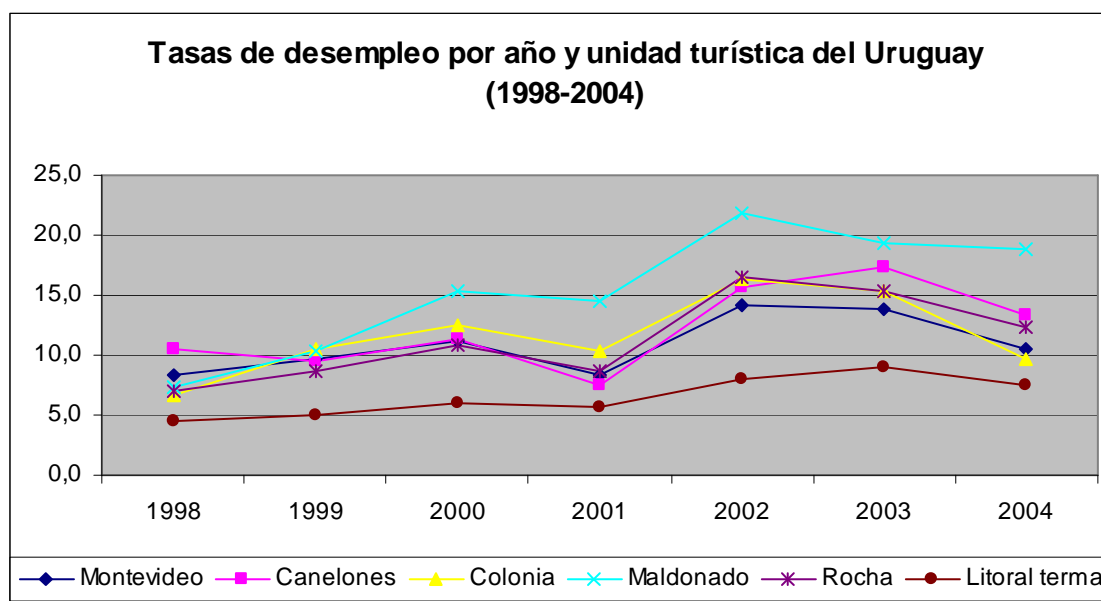
Personas Desocupadas

Son todas las personas de 14 o más años de edad que durante el período de referencia no estaban trabajando por no tener empleo, pero que buscaban un trabajo remunerado o lucrativo. Esta categoría comprende a: las personas que trabajaron antes pero perdieron su empleo (desocupados propiamente dichos), aquellas personas en Seguro de Paro y aquellas que buscan su primer trabajo.

Tasa de desocupación: Desocupados sobre Población Económicamente Activa (PEA)
En la encuesta Continua de Hogares, se diferencia entre desocupados propiamente dichos, desocupados en seguro de Paro y Busca trabajo por primera vez. LA diferencia entre la última categoría y la dos primeras es que no han tenido trabajo remunerado previamente. Dado lo cual, al considerarse relevante la distinción para el periodo considerado (de crisis estructural regional) se considera además el siguiente indicador:

Tasa de desempleo: Desocupados propiamente dichos + Desocupados en seguro de Paro/ Población Económicamente Activa (PEA)

Gráfica 17: Evolución de tasa de desempleo por zona turística y año (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado a partir de micro-datos de la ECH-INE.



Definición: (INE)

Población Económicamente Inactiva

Comprende a todas las personas de 14 o más años de edad que no aportan su trabajo para producir bienes o servicios económicos y que tampoco buscaron empleo en el período de referencia. Se clasifican en las siguientes categorías:

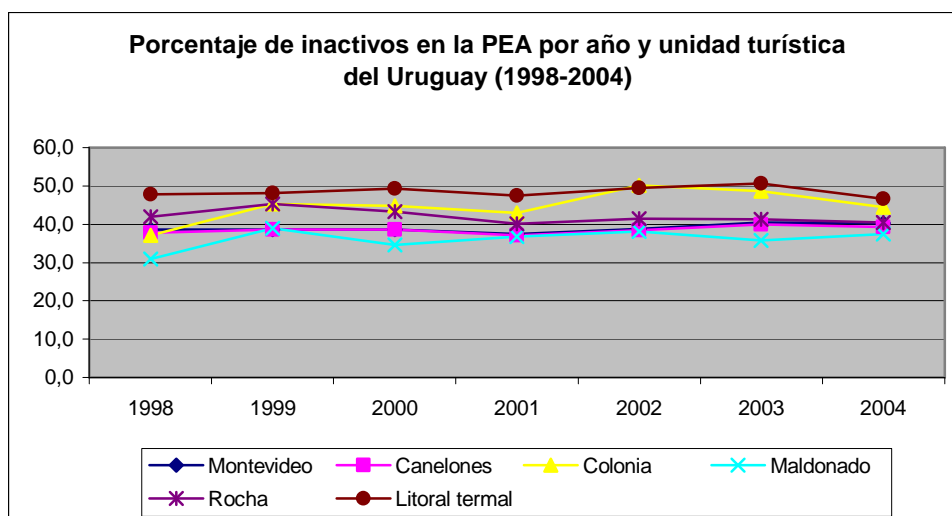
- 1) Personas que se ocupan del cuidado de su hogar, sin desarrollar ninguna actividad económica.
- 2) Estudiantes, sin desarrollar ninguna actividad económica.
- 3) Personas que sin desarrollar ninguna actividad económica, perciben ingresos.

Cuadro 12: Porcentaje de inactivos en la PEA por zona turística y año (1998-2004)

PORCENTAJE DE INACTIVOS EN LA PEA POR AÑO Y UNIDAD TERRITORIAL TURÍSTICA (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	38,6	38,6	38,7	37,4	38,8	40,4	40,2
Canelones	37,8	38,6	38,6	37,0	38,5	39,9	39,3
Colonia	37,1	45,2	44,7	42,9	50,1	48,6	44,4
Maldonado	30,9	38,9	34,5	36,8	38,1	35,7	37,5
Rocha	41,9	45,3	43,4	40,0	41,4	41,3	40,5
Litoral termal	47,7	48,2	49,3	47,5	49,5	50,6	46,7

Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Gráfica 18: Evolución de porcentaje de inactivos de la PEA por zona turística y año (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



▪ **Estructura Ocupacional por Sector de Actividad.**

El turismo determina la estructura ocupacional por sector de actividad de la población ocupada. Se aprecian en torno a ello diferencias sustantivas entre las diferentes unidades territoriales consideradas de Uruguay.

Considerando la población ocupada en el sector primario, se identifica un primer grupo de unidades territoriales conformado por Rocha y Litoral termal, que son los que presentan el mayor porcentaje de ocupados en este sector.

Colonia representa una situación intermedia, y salvo 1999 mantienen porcentajes estables de los ocupados en el sector primario en el entorno del 7% del total de su población ocupada.

Un tercer grupo lo conforman las unidades territoriales Canelones, Maldonado que no superan el 4% de su población ocupada en este sector. Por último Montevideo registra los valores más bajos sin llegar a superar el 2% de sus ocupados en el sector primario a lo largo de la serie considerada.

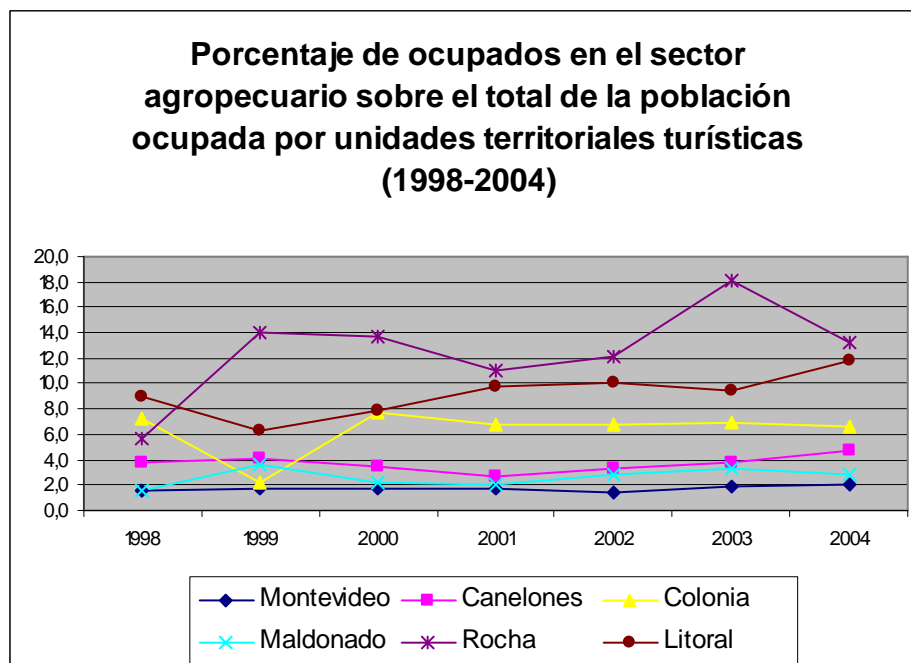
Cuadro 13: Porcentaje de ocupados sobre el total de ocupados en el sector primario por unidad turística y año (1998-2004)

	PORCENTAJE DE OCUPADOS EN EL AGRO EN EL TOTAL DE OCUPADOS POR AÑO Y UNIDAD TERRITORIAL TURÍSTICA DE URUGUAY (1998-2004)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	1,6	1,7	1,8	1,8	1,4	1,9	2,0
Canelones	3,7	4,0	3,5	2,7	3,3	3,7	4,7
Colonia	7,2	2,1	7,7	6,8	6,8	6,9	6,7
Maldonado	1,6	3,6	2,2	2,0	2,9	3,3	2,8
Rocha	5,7	14,0	13,8	11,0	12,1	18,1	13,3
Litoral termal	9,1	6,3	7,9	9,8	10,0	9,4	11,8

Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



Gráfica 19: Porcentaje de ocupados en el sector agropecuario sobre el total de ocupados por año y por unidad territorial turística (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Ocupados en la industria

El proceso de desindustrialización del Uruguay se visualiza claramente al considerar la tabla siguiente en estos territorios. En todos ellos la tendencia es a la baja, aunque se diferencien en los ritmos.

Claramente en el periodo se visualiza una re-estructuración sectorial de la ocupación, mostrando un decrecimiento de la ocupación en la industria, que será compensado por el crecimiento en el sector servicios.

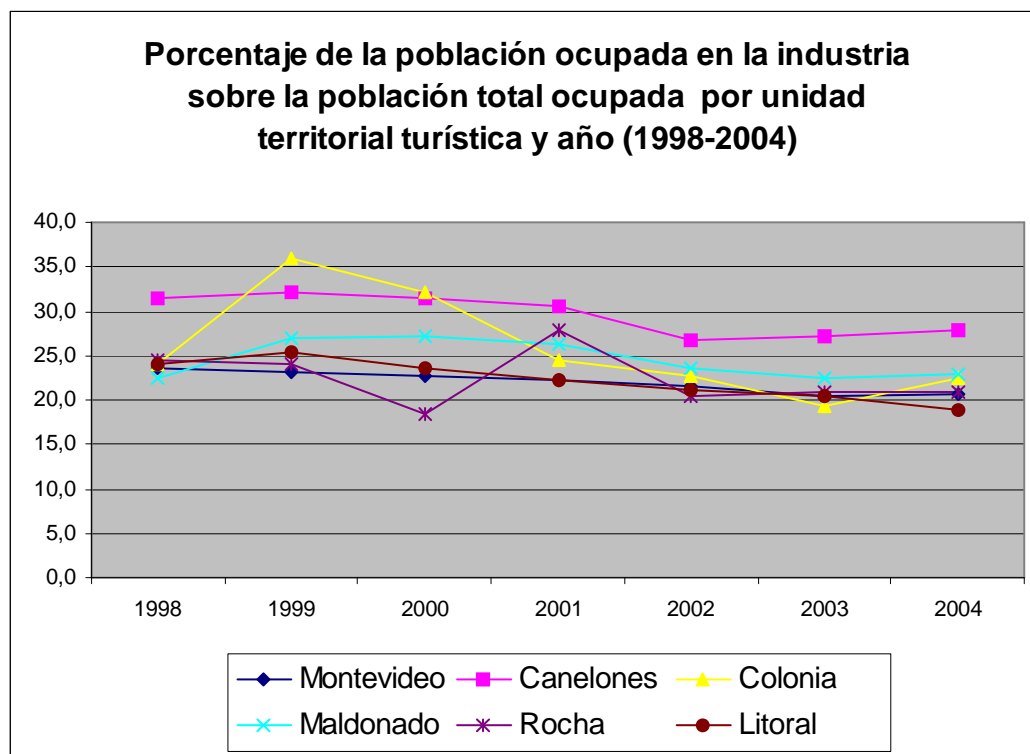
Cuadro 14: Porcentaje de ocupados en el sector secundario sobre el total de ocupados por unidad turística y año (1998-2004)

PORCENTAJE DE OCUPADOS EN LA INDUSTRIA SOBRE EL TOTAL DE OCUPADOS POR AÑO Y UNIDAD TURÍSTICA DE URUGUAY (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	23,7	23,2	22,7	22,3	21,5	20,5	20,6
Canelones	31,4	32,1	31,4	30,7	26,6	27,1	28,0
Colonia	24,1	36,0	32,1	24,5	22,7	19,2	22,5
Maldonado	22,4	26,9	27,3	26,3	23,6	22,4	22,9
Rocha	24,6	24,0	18,4	27,9	20,4	20,8	20,9
Litoral termal	24,0	25,4	23,6	22,2	21,1	20,3	18,9

Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



Gráfica 20: Porcentaje de ocupados en la industria sobre el total de ocupados por año y por unidad territorial turística (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Ocupados en el sector servicios

El sector servicios abarca más del 60% de la población ocupada en todas las unidades turísticas consideradas. Sin duda los mayores niveles (donde 3 y más de cada cuatro ocupados se ubican en este sector) se encuentran en la capital del país. Valores muy cercanos se verifican en Maldonado.

Colonia registra un cambio de estructura de su ocupación por sector de actividad hacia los servicios sostenida a lo largo de la serie.

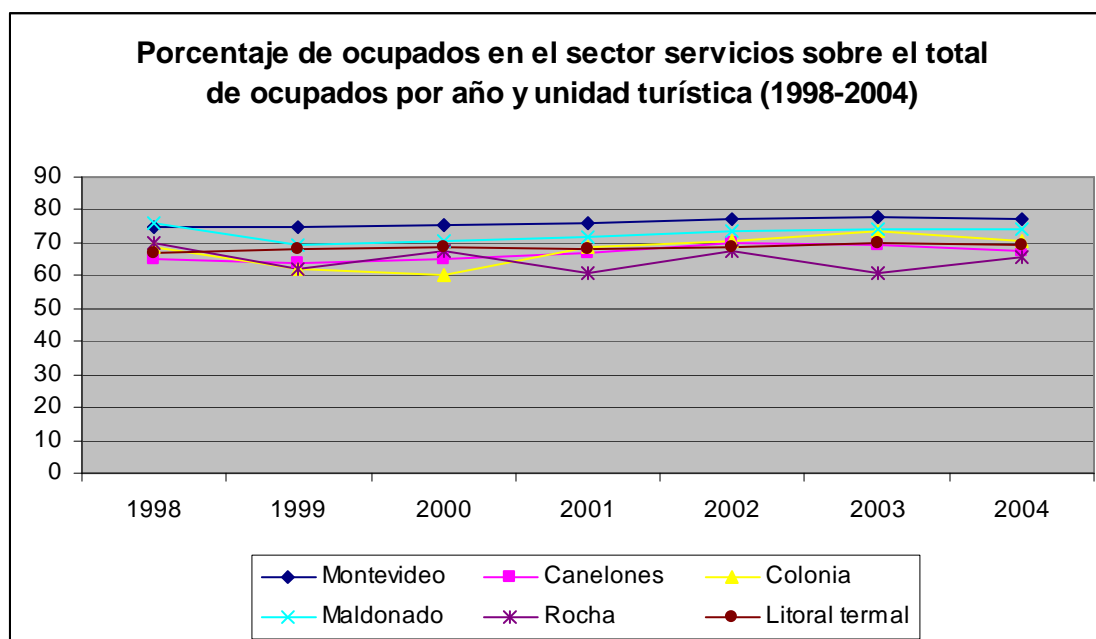


Cuadro 15: Porcentaje de ocupados en el sector servicios sobre el total de ocupados por unidad turística y año (1998-2004)

PORCENTAJE DE OCUPADOS EN SERVICIOS SOBRE EL TOTAL DE OCUPADOS POR AÑO Y ZONA TURÍSTICA DE URUGUAY (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	74,7	75,1	75,5	76,0	77,1	77,7	77,4
Canelones	64,9	63,9	65,1	66,7	70,1	69,2	67,3
Colonia	68,7	61,8	60,1	68,8	70,5	73,8	70,8
Maldonado	76,0	69,5	70,5	71,7	73,5	74,3	74,3
Rocha	69,7	61,9	67,8	61,1	67,5	61,1	65,9
Litoral termal	67,0	68,3	68,5	67,9	68,9	70,2	69,3

Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Gráfica 21: Porcentaje de ocupados en el sector servicios sobre el total de ocupados por año y por unidad territorial turística (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.

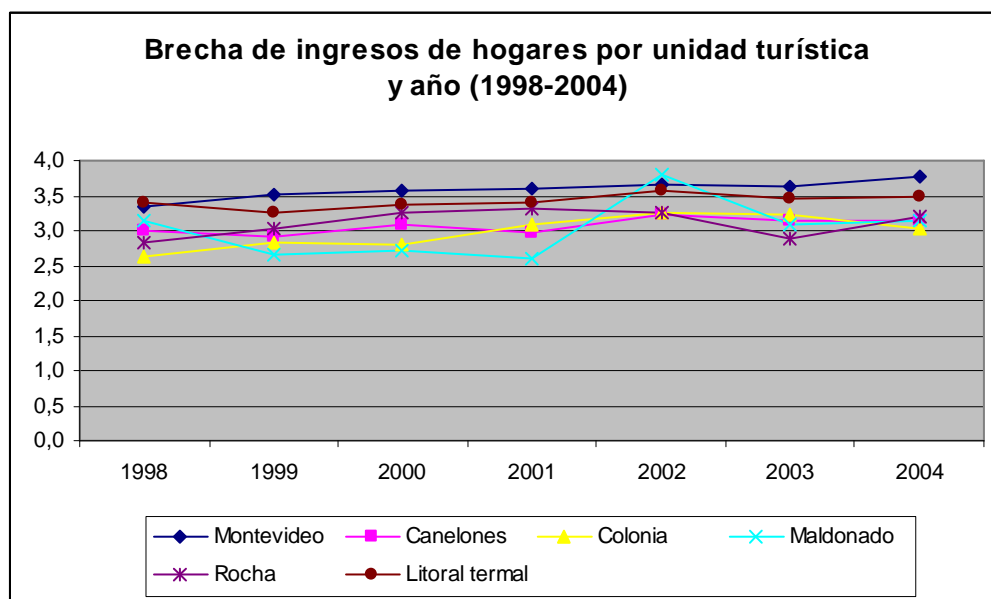


VARIABLES DE DESIGUALDAD SOCIAL

Una de las dimensiones consideradas estratégicas para establecer la relación con el turismo en las unidades turísticas es la desigualdad social. Para el caso se tomaron dos indicadores de esta dimensión: **porcentaje de hogares pobres** medidos a partir de la línea de pobreza, para cada uno de las unidades territoriales (las líneas de pobreza responden a cálculos diferentes si es Montevideo o el interior del país) y la **brecha de ingresos** : la brecha de ingresos se construyó como la razón entre el primer quintil de ingresos y el quinto quintil de ingresos (se compara entre el 80% más pobre y el 20% más rico) en función de los ingresos mensuales del hogar con valor locativo.

A continuación se presentan ambas variables para las unidades territoriales de Uruguay en la serie 1998-2004 utilizada para el análisis.

Gráfica 22: Brecha de ingresos de los hogares por año y por unidad territorial turística (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado a partir de micro-datos de la ECH-INE.

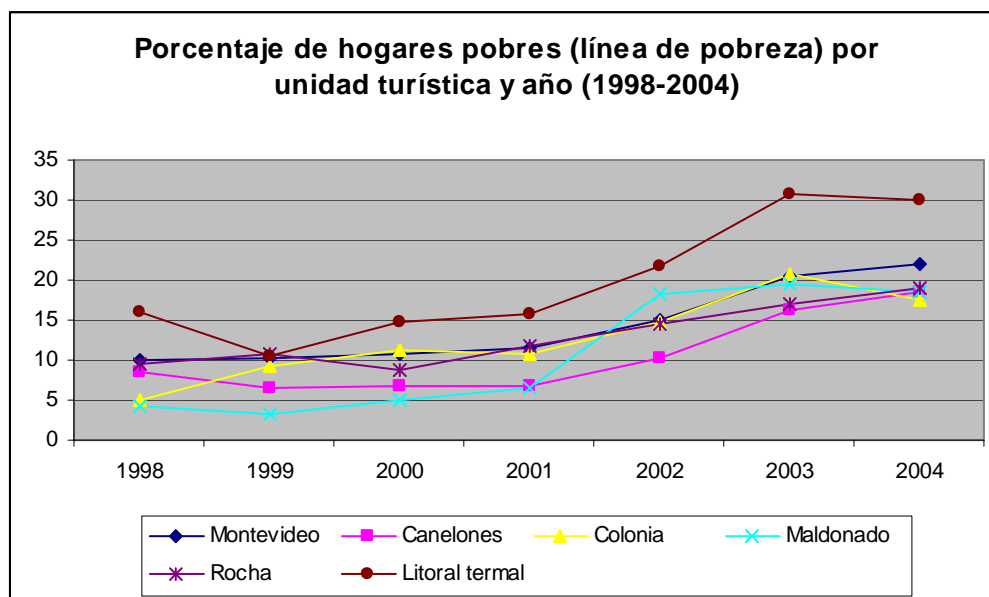


Cuadro 16: Brecha de ingresos de los hogares por año y por unidad territorial turística (1998-2004)

BRECHA DE INGRESOS DE LOS HOGARES POR UNIDAD TURÍSTICA Y AÑO (1998-2004)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	3,4	3,5	3,6	3,6	3,7	3,6	3,8
Canelones	3,0	2,9	3,1	3,0	3,2	3,1	3,2
Colonia	2,6	2,8	2,8	3,1	3,3	3,2	3,0
Maldonado	3,1	2,7	2,7	2,6	3,8	3,1	3,2
Rocha	2,8	3,0	3,3	3,3	3,3	2,9	3,2
Litoral termal	3,4	3,3	3,4	3,4	3,6	3,5	3,5

Fuente: procesamiento realizado a partir de micro-datos de la ECH-INE.

Gráfica 23: Porcentaje de hogares pobres (línea de pobreza) por unidad turística y año (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado a partir de micro-datos de la ECH-INE.



Cuadro 17: Porcentaje de hogares pobres (línea de pobreza) por unidad turística y año (1998-2004)

	PORCENTAJE DE HOGARES POBRES (LÍNEA DE POBREZA) POR UNIDAD TURÍSTICA Y AÑO (1998-2004)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Montevideo	10,0	10,3	10,8	11,5	15,0	20,5	21,9
Canelones	8,5	6,5	6,9	6,8	10,1	16,2	18,4
Colonia	4,9	9,3	11,2	10,8	14,6	20,8	17,6
Maldonado	4,2	3,2	5,1	6,6	18,1	19,6	18,5
Rocha	9,6	10,6	8,7	11,8	14,5	17,1	19,1
Litoral termal	15,9	10,5	14,8	15,9	21,8	30,7	30,1

Fuente: procesamiento realizado a partir de micro-datos de la ECH-INE.



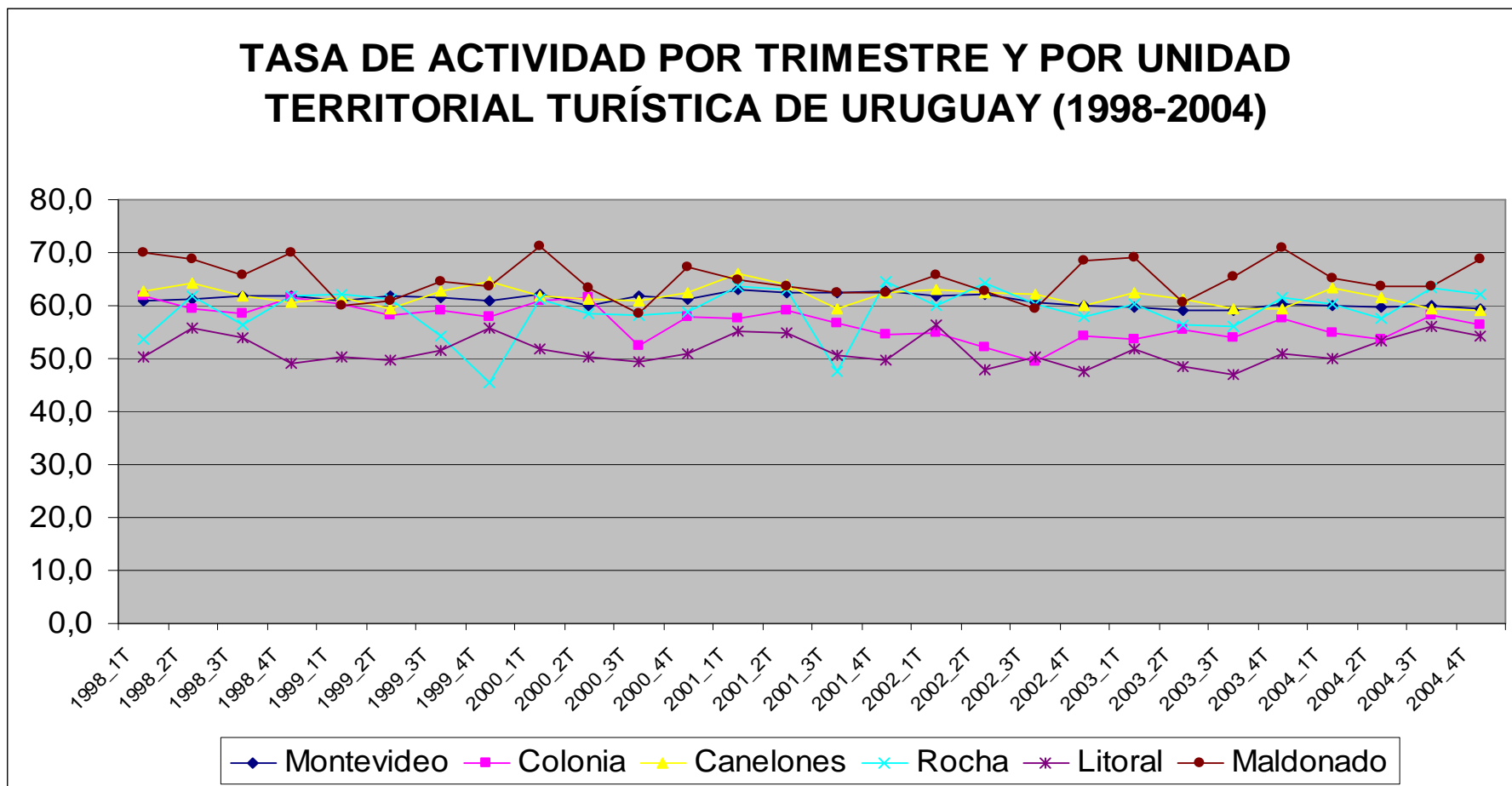
CONSIDERANDO TRIMESTRES... con recaudos

A continuación se presentan algunas gráficas que considera a apertura a trimestres para las unidades territoriales turísticas, que se consideraron especialmente relevantes, para considerar la relación con el turismo altamente estacional y el posible “ocultamiento” de esta situación al considerar los datos anuales, como se utilizan en el análisis del trabajo.

En realidad parte del ejercicio planteado consistió en armar las bases para trabar con series temporales (periodo= trimestres) para el caso de Uruguay dada la particularidad de la concentración de turistas en el primer trimestre del año y los efectos que en el mercado de trabajo esto generara. Sin embargo la estrategia abortó por dos motivos: en primer lugar el Instituto Nacional de Estadística aclara que no deben utilizarse los datos trimestrales por departamentos, dado que la muestra extraída no asegura representatividad a este nivel temporal para los departamentos. En segundo lugar, existieron numerosas y contundentes dificultades estacionarizar las series para su modelización mediante métodos ARIMA. En su oportunidad se consultaron diversos materiales econométricos que sostienen que no existe raíz unitaria para la serie tasa de desempleo en Uruguay, y una rigurosa y consecuente crítica del uso de la técnica de series temporales para este tipo de situaciones



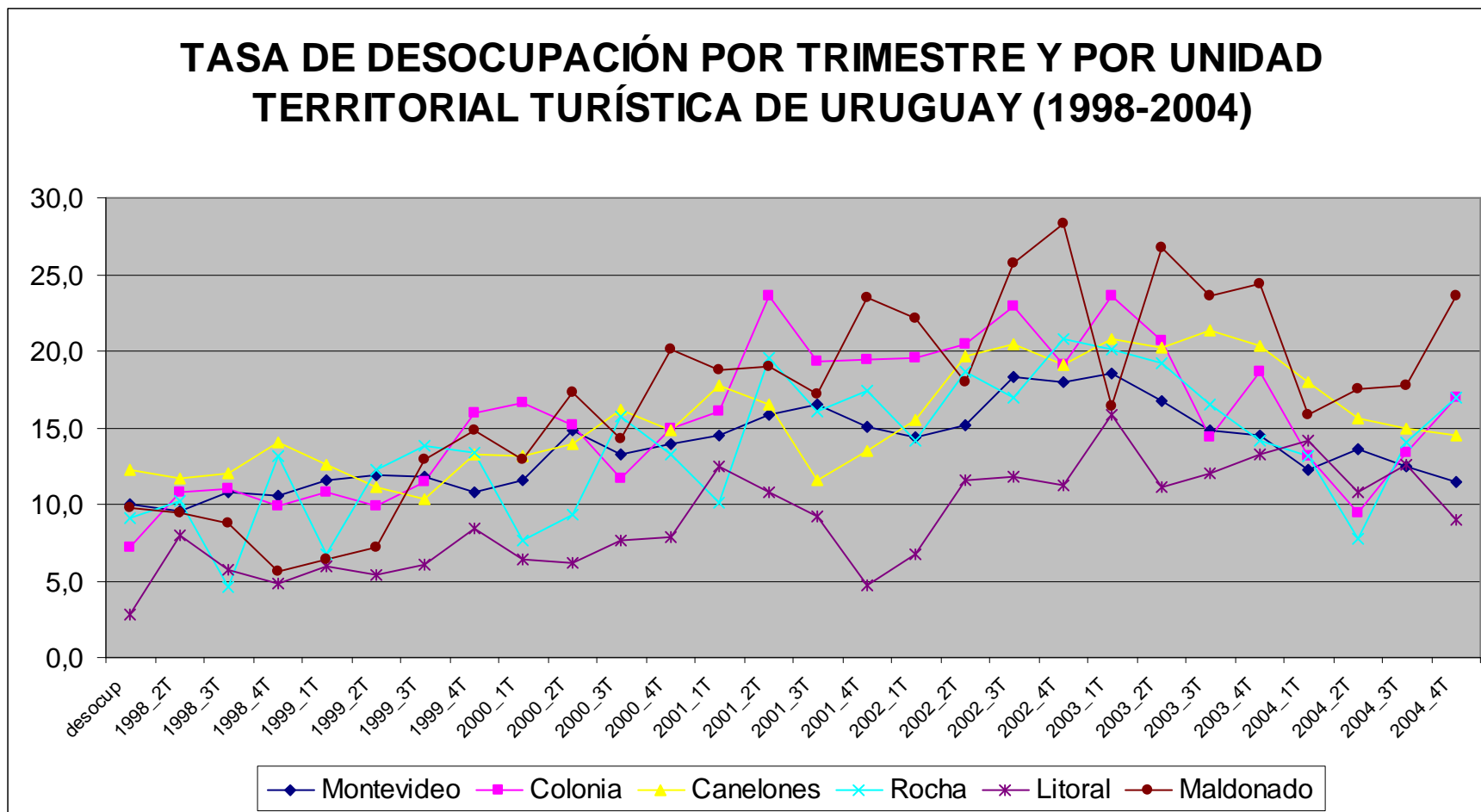
Gráfica 24: Tasa de actividad por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



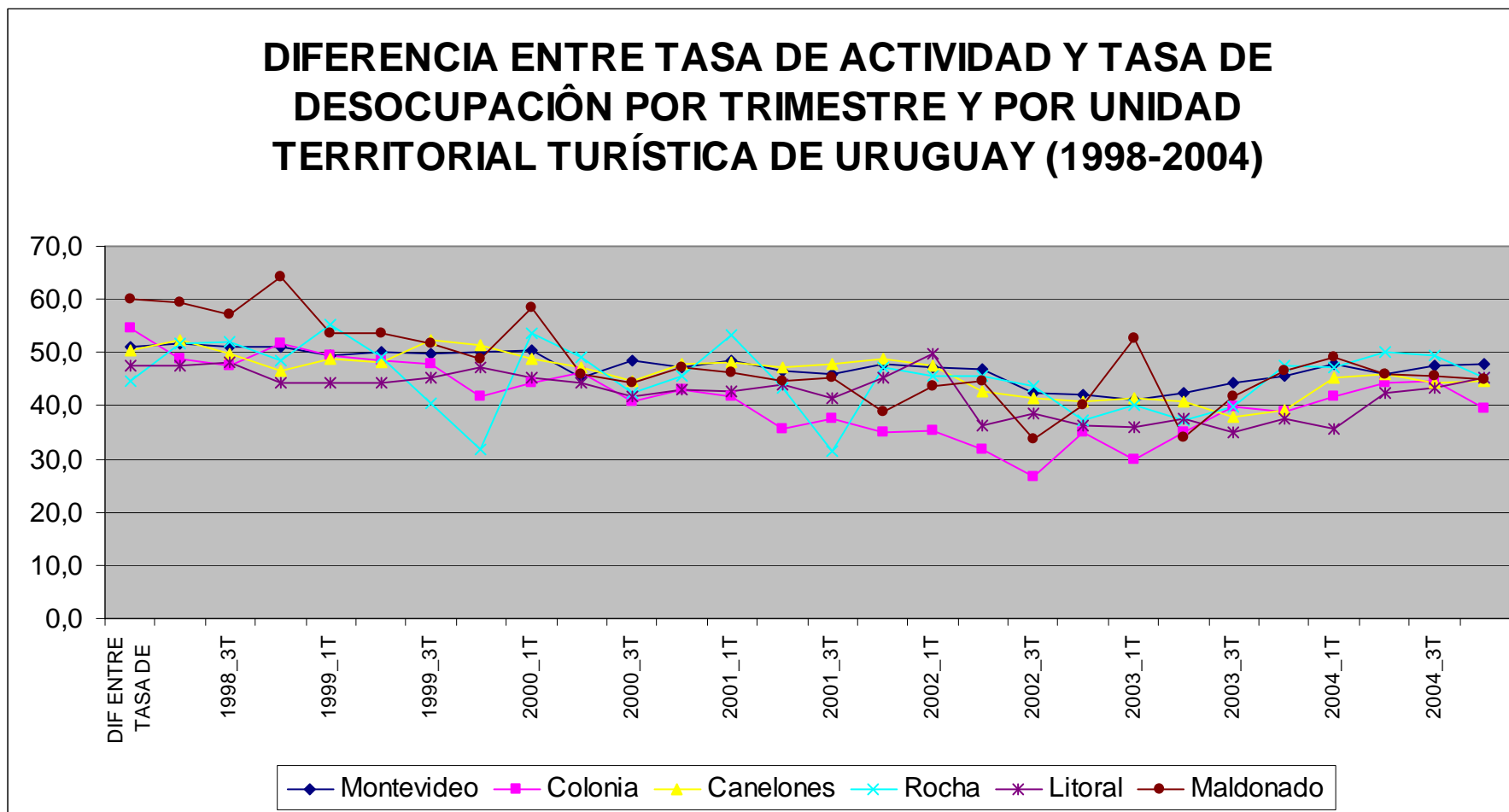
Gráfica 25: Tasa de desocupación por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



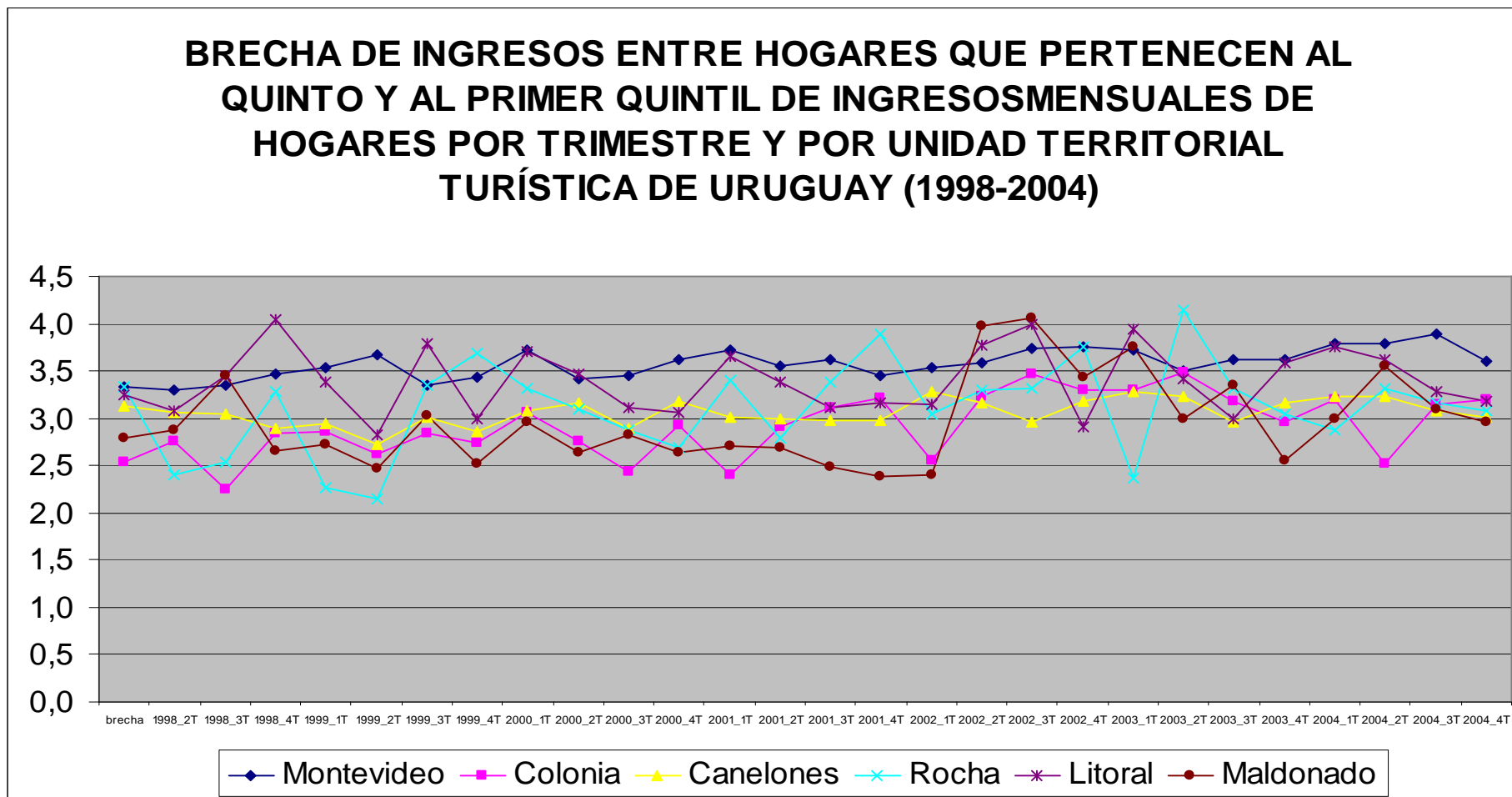
Gráfica 26: Diferencia entre tasa de actividad y tasa de desocupación por trimestre y por unidad turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



Gráfica 27: Brecha de ingresos de hogares por trimestre y por unidad territorial turística de Uruguay (1998-2004)



Fuente: procesamiento realizado en el Banco de Datos de la FCS a partir de micro-datos de la ECH-INE.



ANEXO II: ANDALUCÍA y SUS PROVINCIAS

ÍNDICE

ANEXO II: ANDALUCÍA y SUS PROVINCIAS	218
Tabla Nº 1: Población, superficie y densidad por provincia de Andalucía. En cifras absolutas y relativas a Andalucía (2005).....	219
Gráfica Nº 1: Superficie y población de derecho (2005) por provincia relativa a Andalucía	219
Gráfica Nº 2: Andalucía: emigración e inmigración (1997-2005)	220
Gráfica Nº 3: Inmigrantes procedentes del extranjero sobre inmigración total.....	220
Gráfica Nº 4: Inmigrantes provenientes del extranjero sobre el total de inmigración interior por provincia y año (1997- 2005).....	221
Gráfica Nº 5: Inmigrantes procedentes del extranjero sobre inmigración total por provincia y año (1997- 2005)	222
Gráfica Nº 6: Inmigración total sobre población de derecho por provincia y año (1997- 2005).....	222
DESCRIPCION DE LAS PROVINCIAS DE ANDALUCÍA.....	224
TURISMO	225
Gráfica Nº 1: Número de turistas por provincia y por año (1997-2005).....	225
Cuadro Nº 1: Número de visitantes por provincia. Distribución porcentual del total de visitantes de Andalucía por provincia. 1997-2005.....	226
Gráfica Nº 2: Porcentaje de turistas de Andalucía por provincia y año (1997-2005).....	227
Cuadro Nº 2: Estancia media de los turistas por provincia y año (1997-2005).....	228
Gráfica Nº 3: Estancia media de turistas por provincia y año (1997- 2005)	228
Cuadro Nº 3: Gasto medio diario de los turistas, por año y provincia (1997-2005).....	229
Gráfica Nº 4: Gasto medio diario por provincia y año (1997-2005)	229
Cuadro Nº 4: Total de plazas de alojamiento en Andalucía, por provincia y año (1997-2005)	230
Gráfica Nº 5: Evolución del número de plazas de alojamiento de Andalucía por provincia y año (1997- 2005)	231
Gráfica Nº 6: Porcentaje de plazas en hoteles sobre el total de plazas de alojamiento por provincia y año (1997-2005).....	231
Cuadro Nº 5: Porcentaje que representan las plazas de hoteles sobre el total de plazas de alojamiento por provincia y año (1997-2005).....	232
Cuadro Nº 6: Porcentaje de turistas españoles y extranjeros que se alojan en hoteles por año según provincia. (1997-2005).....	232
Gráfica Nº 7: Porcentaje de turistas extranjeros que se alojan en hoteles por provincia y por año (1997- 2005)	234
Cuadro Nº 7: Número de plazas en restaurantes por provincia y año (1991-2002)	235
Gráfica Nº 8: Número de plazas en restaurantes por provincia y año (1991-2002)	235
DIMENSIÓN SOCIO-ECONÓMICA: Mercado de trabajo.....	236
Cuadro Nº 1: Población activa en miles de personas –media anual- por provincia y año (1997-2005)	236
Gráfica Nº 1: Población activa por provincia y año (1997- 2005)	236
Gráfica Nº 2: Tasa de paro por provincia 1996- 2005.....	236
Cuadro Nº 2: Tasa de actividad por provincia y por año (1997-2005).....	238
Gráfica Nº 3: Tasa de actividad por provincia y año (1997- 2005).....	238
Gráfica Nº 4: Tasa de Ocupación por provincia y año (1997-2005)	239
Cuadro Nº 3: Tasa de Ocupación por provincia y año (1997-2005)	239
Gráfica Nº 5: Población ocupada por provincia y año (1997- 2005).....	240
Cuadro Nº 4: Población ocupada (en miles de personas) por provincia y año (1997-2005)	240
Gráfica Nº 6: Población ocupada sobre población activa por provincia y por año (1997-2005).....	241
Cuadro Nº 5: Población ocupada sobre población activa por provincia y por año (1997-2005).....	241



Gráfica N° 7: Porcentaje de la población ocupada en servicios sobre población ocupada por provincia (1997-2005).....	241
Cuadro N° 6: Porcentaje de población ocupada en servicios sobre población ocupada en servicios por provincia (1997-2005).....	242
Cuadro N° 7: Tasa de empleo por provincia y año (1991-2002).....	243
Gráfica N° 8: Evolución de tasa de empleo por provincia y año (1997- 2005).....	243
Cuadro N° 8: Tasa de Ocupación por provincia y año (1997-2005).....	244
Gráfica N° 9: Tasa de ocupación por provincia y año (1997- 2005).....	244
Cuadro N° 9: Salario medio anual por provincia y año (1999-2002).....	244
Cuadro N° 10: Salario medio anual en el sector hostelería y restauración por provincia y año (1999-2002).....	245
DINÁMICA DEMOGRÁFICA.....	246
Gráfica N° 1: Población de derecho por provincia y año (1991-2005).....	246
Gráfica N° 2 : Emigración Interior total por provincia y año (1997-2005).....	248
Cuadro N° 1: Emigración interior total por provincia y año (1997-2005).....	248
Gráfica N° 3: Inmigración total por provincia y año (1997-2005).....	249
Cuadro N° 2: Inmigración total por provincia y por año (1997-2005).....	249
Gráfica N° 4: Inmigración procedente del extranjero (personas) por provincia y año (1997-2005).....	250
Cuadro N° 3: Inmigración procedente del extranjero (personas) por provincia y año (1997-2005).....	250
Cuadro N° 4: Inmigración total (procedente del extranjero más interior) por provincia y año (1997- 2005).....	251
Cuadro N° 5: Porcentaje que representan los inmigrantes (del interior y extranjeros) sobre la población de derecho por provincia y año (1997- 2005).....	251
Gráfica N° 5: Porcentaje que representan el total de inmigrantes sobre la población de derecho por provincia y año (1997- 2005).....	251
Cuadro N° 6: Emigración total por provincia y año (1997- 2005).....	252



ANEXO II: ANDALUCÍA y SUS PROVINCIAS

Andalucía es una de las dieciocho Comunidades Autónomas de España, cuenta con 87.597 km² de superficie y 7.357.558 habitantes, según el censo de 2001⁷⁵



Se divide en 8 provincias: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla- Como nuestro objetivo es testear la relación del turismo y diferentes dimensiones (social, migratoria y económica) que se verifica en cada unidad territorial al fin de poder construir una tipología que agrupe unidades territoriales similares y establezca distancias con las de comportamiento diferente, hemos considerado conveniente realizar una breve reseña de tales características de las unidades territoriales que serán nuestras unidades: las provincias de Andalucía. A continuación se presenta una tabla con algunos de los elementos que sirven para caracterizarlas.

⁷⁵ Que según el padrón son 7.483.968



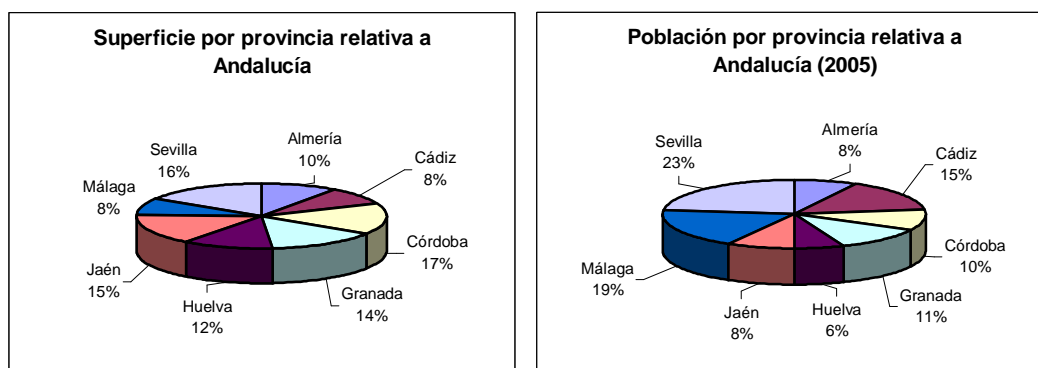
Tabla Nº 1: Población, superficie y densidad por provincia de Andalucía. En cifras absolutas y relativas a Andalucía (2005)

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
Superficie (km ²)	8769	7442	13769	12635	10148	13484	7308	14042	87597
Población de derecho (2005)	612.315	1.180.817	784.376	860.898	483792	660284	1.453.409	1.813.908	7.849.799
Densidad (hab/km ²)	69,8	158,7	57,0	68,1	47,7	49,0	198,9	129,2	89,6
Superficie relativa a Andalucía	10	8,5	15,7	14,4	11,6	15,4	8,3	16	100
Población relativa a Andalucía	7,8	15,0	10,0	11,0	6,2	8,4	18,5	23,1	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Anuario Estadístico de Andalucía 2005

A partir de la tabla anterior se desprende que casi uno de cada cuatro de los habitantes de Andalucía habitan en Sevilla, a pesar que esta provincia tiene una superficie similar a la de Jaén y Córdoba que no llegan a representar más del 10% de la población andaluza cada una. No obstante, la densidad poblacional es superada por Cádiz y Málaga que pese a representar el 8.5 y el 8,3% de la superficie andaluza respectivamente superan la densidad poblacional de Sevilla, representando el 15,0 y el 18.5% del total de la población de Andalucía.

Gráfica Nº 1: Superficie y población de derecho (2005) por provincia relativa a Andalucía



Elaboración propia en base a datos de Anuario Estadístico de Andalucía 2005

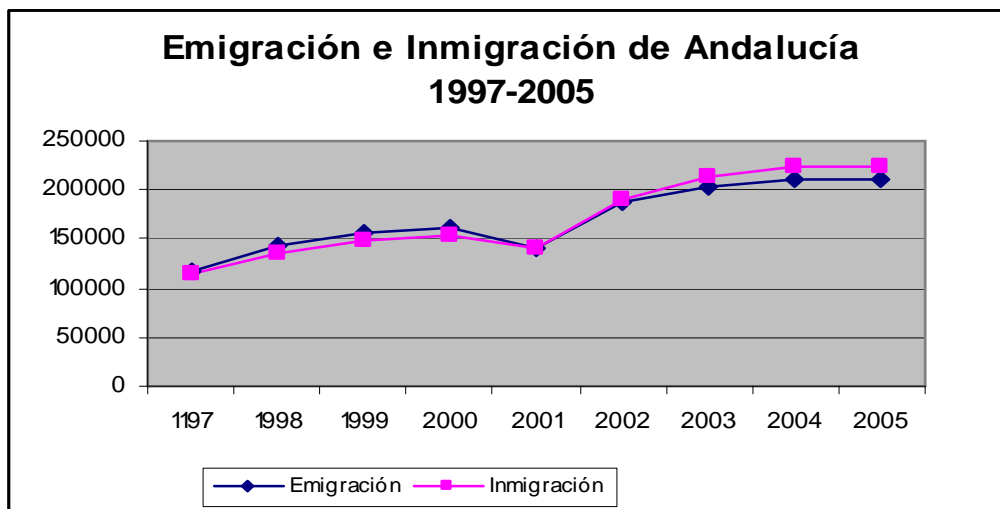
Los flujos de migración (emigración e inmigración totales⁷⁶) en el periodo 1997-2005 describen curvas similares, tendiendo al ascenso en el período, salvo el año 2001⁷⁷, que manifiesta una baja, recobrando la tendencia en el 2002. A partir del 2003, la inmigración se vuelve levemente superior que la emigración.

⁷⁶ Cada una de las variables que se incluyen en este trabajo aparecen definidas conceptual y operativamente, así como las fuentes de las que proceden, en el “glosario de variables”.

⁷⁷ Probablemente asociado al evento 11S.



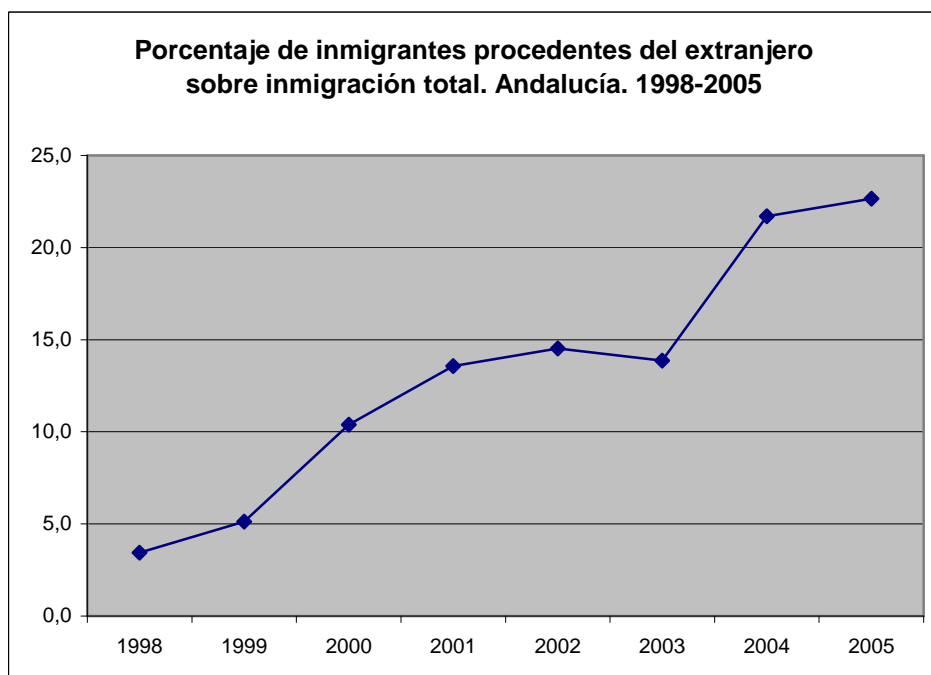
Gráfica Nº 2: Andalucía: emigración e inmigración (1997-2005)



Fuente: Elaboración propia en base a datos provenientes del Sistema Multiterritorial de Andalucía. (Estadística de Variaciones Residenciales)

Sin embargo es de destacar que en la movilidad de la población existe una característica particular: dentro de la inmigración son los extranjeros los que demuestran un crecimiento relativo muy importante a partir del 2000. Hasta este año – y durante la década de los 90 – los inmigrantes procedentes del exterior no excedían del 8% del total, sin embargo en el 2000 representan el 10% y en el 2005 casi el 23% del total de inmigrantes que registra Andalucía.⁷⁸

Gráfica Nº 3: Inmigrantes procedentes del extranjero sobre inmigración total.



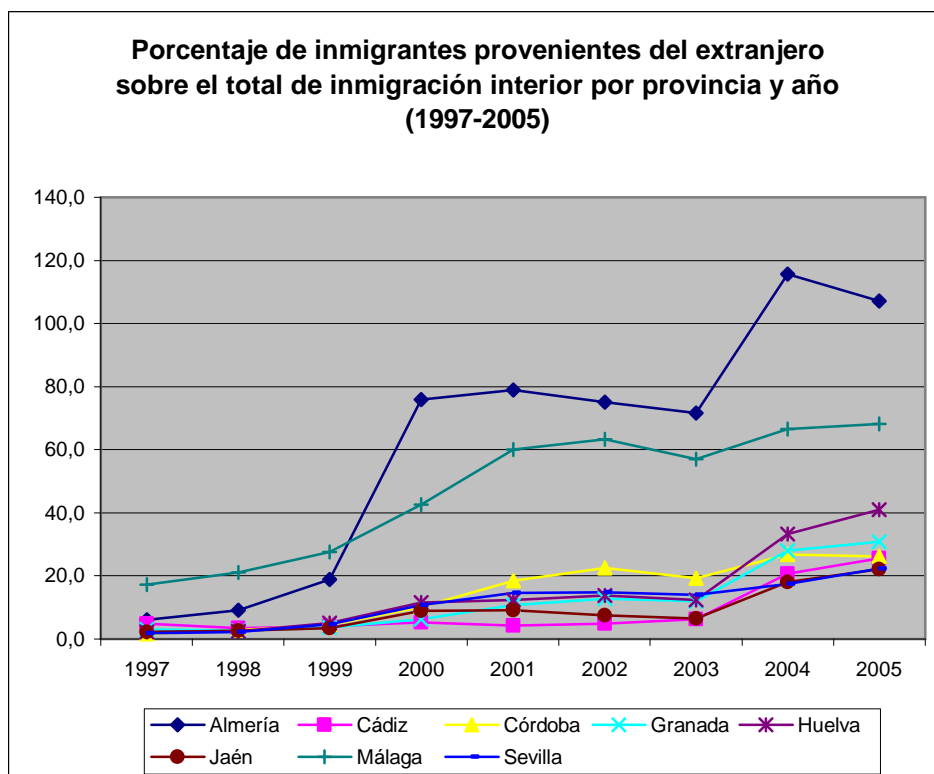
⁷⁸ Se incluyen los inmigrantes españoles procedentes del extranjero, sin embargo en el 2005 son algo más del 4% de los inmigrantes procedentes del extranjero.



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía

Como se aprecia en los gráficos a continuación el porcentaje que representan los inmigrantes provenientes del extranjero en el total de inmigrantes, y respecto a la inmigración interior registra variaciones relevantes según las provincias de Andalucía. Destacan Almería y Málaga como las de mayor recepción de inmigrantes provenientes del extranjero, a partir del año 2000. En Almería los inmigrantes provenientes del extranjero representan en el 2004 el 115% de los inmigrantes internos y casi el 54% del total de inmigrantes a esta provincia. En el mismo año (2004) Málaga recibe un 66% de inmigrantes procedentes del extranjero respecto a los inmigrantes internos, que representan el 40% de su inmigración total.

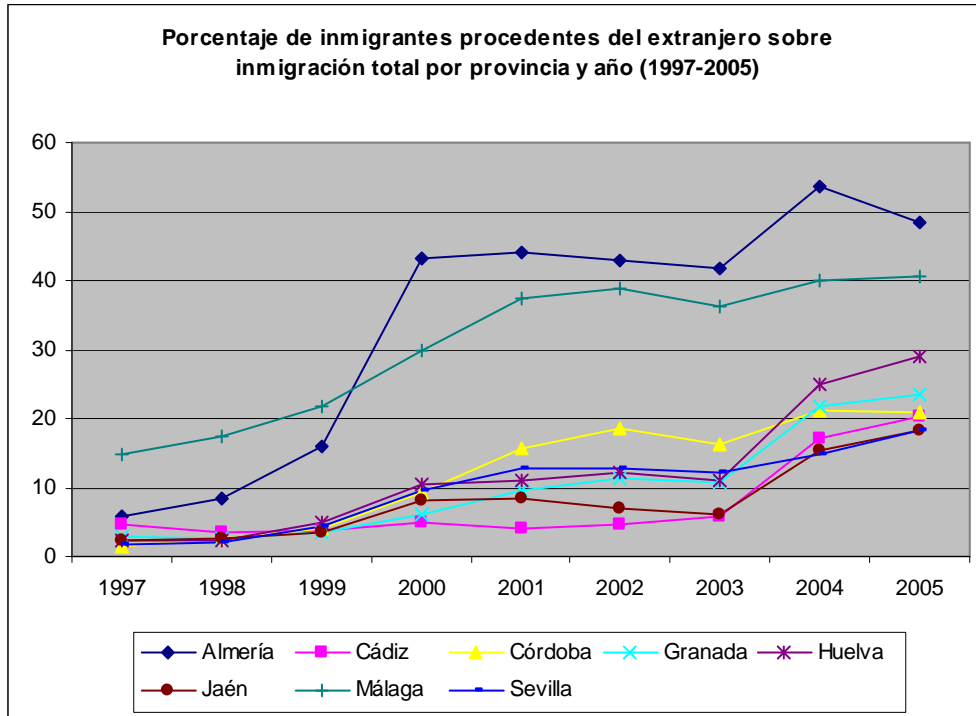
Gráfica Nº 4: Inmigrantes provenientes del extranjero sobre el total de inmigración interior por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía

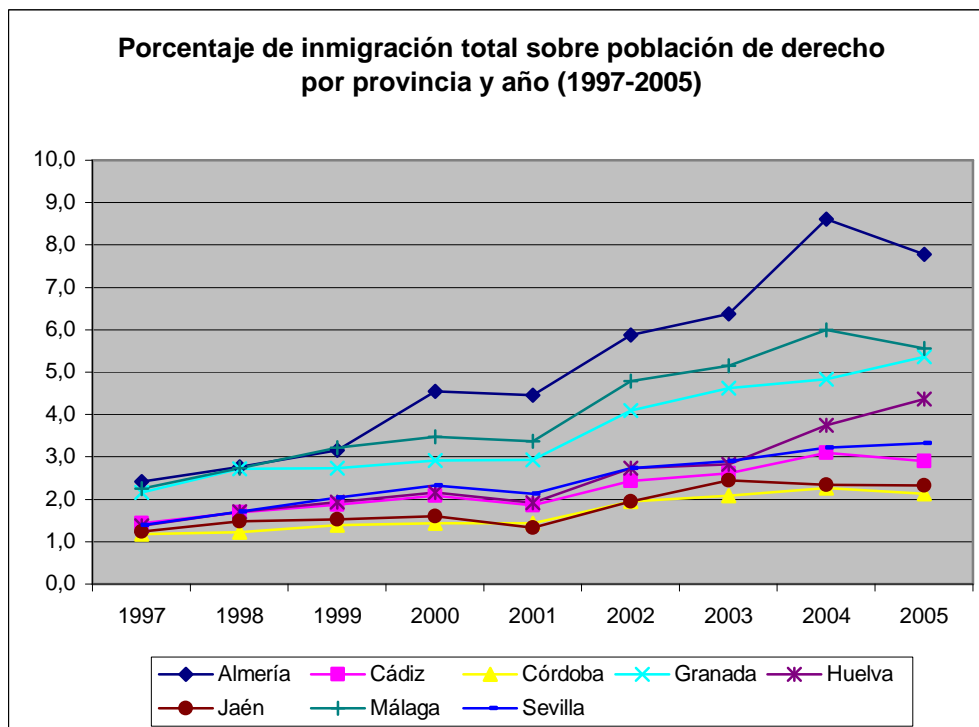


Grafica Nº 5: Inmigrantes procedentes del extranjero sobre inmigración total por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía

Gráfica Nº 6: Inmigración total sobre población de derecho por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía



TURISMO EN ANDALUCÍA

Para iniciar la descripción del fenómeno turístico en Andalucía y en cada una de sus provincias se hace necesaria una serie de aclaraciones iniciales.

Hasta 1997, los datos que dan cuenta del número de visitantes tienen la restricción de ser aquellos que se alojan en establecimientos hoteleros, y que provienen de la Encuesta de Movimientos. Esta medida es una medida parcial y aproximativa del turismo considerado en términos globales. Tal como afirma Margarita Latiesa:

“El único problema que presenta esta fuente (Boletín de indicadores turísticos de Andalucía que elabora SAETA) es que se extrae al igual que las del Instituto Nacional de Estadística o del Instituto Andaluz de Estadística, de la ocupación de los hoteles.(...) En consecuencia se trata de una medida aproximada y estimativa para determinar el turismo en Andalucía por numerosas razones. La primera de ellas como es lógico es que existen otras muchas formas de hospedarse. La segunda es que no solamente se alojan en hoteles las personas que hemos definido como turistas, sino habitantes que residen o trabajan en la ciudad. Sin embargo y a pesar de ello es un indicador útil, por cuanto nos permite conocer muy detalladamente la evolución de un sector del turismo con unos datos fiables y continuos” (Latiesa, 2000: 367)

Afortunadamente esta restricción se levanta al instaurarse de manera sistemática la encuesta de ocupación Hotelera⁷⁹ que realiza el INE en colaboración con la Comunidad Autónoma de Andalucía desde 1999 y que sustituye la antigua Encuesta de Movimientos de Viajeros en Establecimientos hoteleros”, que realizó hasta 1998.

⁷⁹ http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/index.jsp



DESCRIPCION DE LAS PROVINCIAS DE ANDALUCÍA

Se presenta aquí la descripción en torno a las dimensiones relevantes para el análisis de las unidades territoriales para las cuales se trabaja en el caso de Andalucía: las provincias.

Para cada una de las variables seleccionadas, se detalla la fuente de la cual se extrajeron los datos, y la definición operacional que fue considerada para su medición.

Las dimensiones consideradas son:

TURISMO

Incluye las siguientes variables:

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO RECEPTIVO POR PROVINCIA:

- Número de visitantes por provincia y año (1997-2005)
- Distribución del número de visitantes de Andalucía por provincia en porcentajes (1997-2005)
- Gasto medio diario de turistas (1997-2005)
- Estancia media de turistas por provincia y año (1997-2005)
- Viajantes entrados a establecimientos hoteleros (1992-2005)
- Porcentaje de españoles de los viajeros que se alojan en hoteles.(1992-2005)
- Porcentaje de extranjeros de los viajeros que se alojan en hoteles (1992-2005)

OFERTA PARA EL TURISMO DE LAS PROVINCIAS:

- Total de plazas de alojamiento por provincia y año (1991-2005)
- Total de plazas en hoteles por provincia y año (1991-2005)
- Porcentaje de plazas de alojamiento sobre población de derecho por provincia y año-(1991-2005)
- Evolución de establecimientos hoteleros por provincia (1988-1995)
- Total de plazas de restauración por provincia y año (1991-2002)
- Porcentaje de plazas de hoteles en el total de plazas de alojamiento por provincia y año (1991-2005)

DINÁMICA ECONÓMICA

- Población activa por provincias y año (1991-2005)
- Tasa de actividad por provincia y por año (1991-2005)
- Paro registrado por provincia y año (1991-2005)
- Tasa de empleo por provincia y año (1991-2005)
- Tasa de ocupación por provincia y año (1991-2005)
- Población ocupada en servicios por provincia y año (1997-2005)
- Salario medio anual por provincia y año (1999.2002)⁸⁰

⁸⁰ Esta variable no fue incluida en los modelos factoriales, a pesar de su relevancia teórica, dado que sólo se cuenta con información para algunos años de la serie. Se podría eventualmente haber hecho una estimación



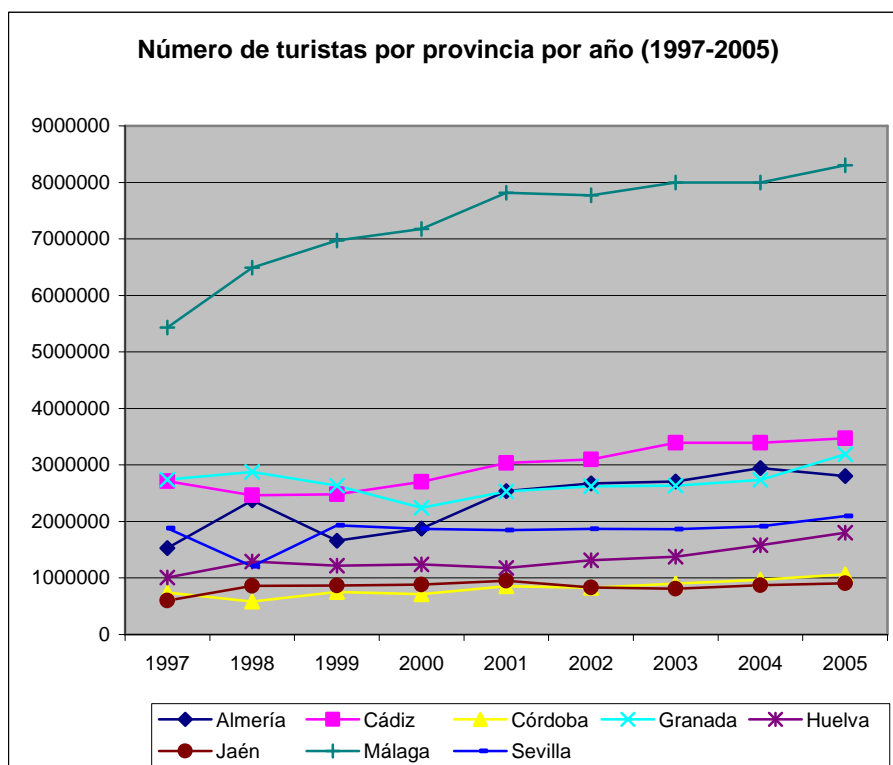
- Salario medio anual del sector hostelería y restauración por provincia y año (1999-2002)⁸¹

DINÁMICA DEMOGRÁFICA

- Población de derecho por provincia y año (1991-2005)
- Inmigración total interior por provincia y año (1991-2005)
- Inmigración total procedente del extranjero por provincia y año (1991-2005)
- Inmigración total (procedente del extranjero más interior) por provincia y año (1991-2005)
- Emigración total por provincia y año (1991-2005)
- Porcentaje de inmigrantes extranjeros sobre población de derecho por provincia y año (1991-2005)
- Porcentaje de inmigrantes totales sobre población de derecho por provincia y año (1991-2005)

TURISMO

Gráfica Nº 1: Número de turistas por provincia y por año (1997-2005)



Fuente: Elaboración propia en base a datos provenientes del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

mediante el método de regresión lineal de los años para los cuales no se dispone de datos para cada una de las provincias. No obstante en la medida en que se incorporaron suficientes variables pertenecientes a esta dimensión cuya serie se disponía completa, se desestimó su inclusión para el análisis factorial.

⁸¹ Ídem. nota anterior.



Cuadro Nº 1: Número de visitantes por provincia. Distribución porcentual del total de visitantes de Andalucía por provincia. 1997-2005

Provincia	1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Almería	1.531.292	9,2	2.371.672	13,1	1.661.470	9,0	1.877.425	10,0	2.539.574	12,2	2.673.885,0	12,7	2705739	12,5	2947631	13,2	2801023	11,9
Cádiz	2.715.249	16,3	2.463.662	13,6	2.478.281	13,4	2.702.451	14,4	3.034.652	14,6	3.097.678,0	14,7	3393944	15,7	3393944	15,1	3473624	14,7
Córdoba	744.356	4,5	584.159	3,2	754.475	4,1	713.008	3,8	852.806	4,1	825.251,0	3,9	900750	4,2	969155	4,3	1.062.796,0	4,5
Granada	2.743.974	16,5	2.877.758	15,9	2.633.654	14,2	2.244.276	12,0	2.532.907	12,2	2.625.068,0	12,5	2631580	12,1	2736569	12,2	3188792	13,5
Huelva	1.005.816	6,0	1.292.372	7,1	1.217.207	6,6	1.241.169	6,6	1.179.658	5,7	1.315.432,0	6,3	1379146	6,4	1577831	7,0	1798676	7,6
Jaén	597.592	3,6	859.757	4,7	865.043	4,7	884.224	4,7	952.590	4,6	835.247,0	4,0	812282	3,7	874395	3,9	905331	3,8
Málaga	5.432.259	32,6	6.488.682	35,8	6.972.023	37,7	7.174.952	38,3	7.815.413	37,7	7.772.875,0	37,0	7997031	36,9	7997031	35,7	8301118	35,1
Sevilla	1.881.406	11,3	1.204.939	6,6	1.929.884	10,4	1.871.718	10,0	1.848.165	8,9	1.867.289,0	8,9	1865169	8,6	1916106	8,5	2097827	8,9
Andalucía	16.651.944	100	18.143.001	100	18.512.037	100	18.709.223	100	20.755.765	100	21.012.725	100	21.685.641	100	22.412.662	100	23.629.187	100

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima> web



Definición: Número de turistas

fuerza SIMA

A efectos de la encuesta, la población está formada por el conjunto de viajeros que se desplazan por Andalucía con fines turísticos y, en este marco, la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) trata de medir la evolución de la demanda turística que se genera en la Comunidad Autónoma de Andalucía. De acuerdo con la definición dada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), a efectos estadísticos, turismo es "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (definición aprobada por la OMT en la Conferencia de Ottawa, junio 1991). Para poder determinar qué desplazamientos van a considerarse dentro del entorno habitual y cuales fuera se ha procedido a dividir en zonas Andalucía. Se han considerado 25 zonas que cubren todo el territorio andaluz. De esta forma se considera turista a efecto de esta operación estadística: a) toda aquellas personas que siendo residente fuera de Andalucía visita la Comunidad Autónoma, por motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, b) todas aquellas personas que siendo residentes en Andalucía se desplazan a una zona distinta de la de residencia por un motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

De acuerdo con el Sistema Europeo de Cuentas (SEC) es "población residente de un país o territorio, el conjunto de personas nacionales o extranjeras, establecidas en el país de forma permanente, aunque dichas personas se encuentren temporalmente ausentes. Por persona establecida de manera permanente se entiende a toda persona que permanece o que tiene la intención de permanecer en el territorio económico del país por un periodo superior a un año".

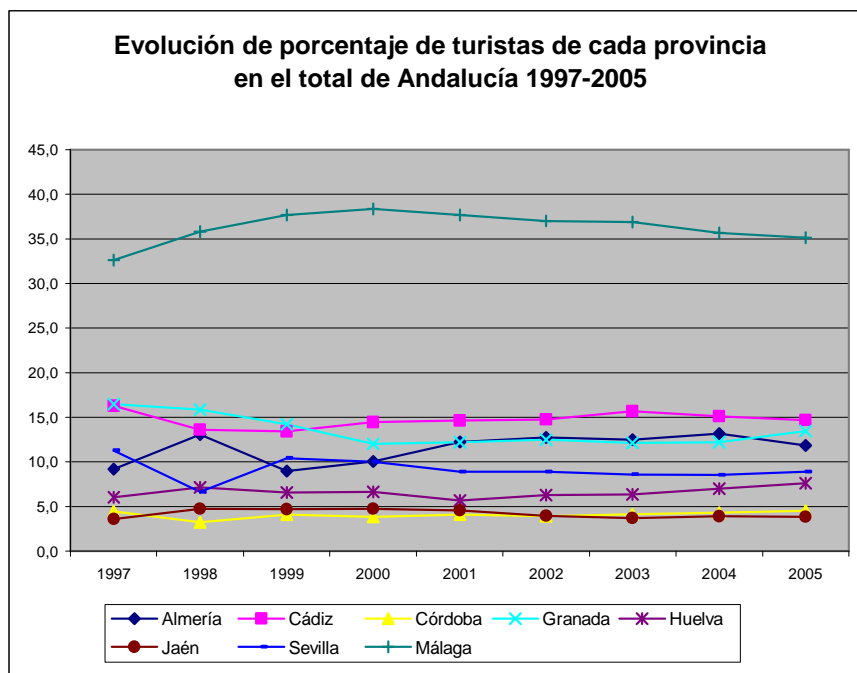
Se excluyen de la definición de turistas los excursionistas que son aquellas personas que respondiendo a la definición de turistas no pernoctan en el lugar visitado.

El tipo de muestreo aplicado para obtener estos datos es un muestreo estratificado en dos etapas (por zona y nacionalidad) y por cuotas.

Fuente: IEA. Encuesta de coyuntura turística de Andalucía.

Unidad: turistas

Gráfica Nº 2: Porcentaje de turistas de Andalucía por provincia y año (1997-2005)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo

http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

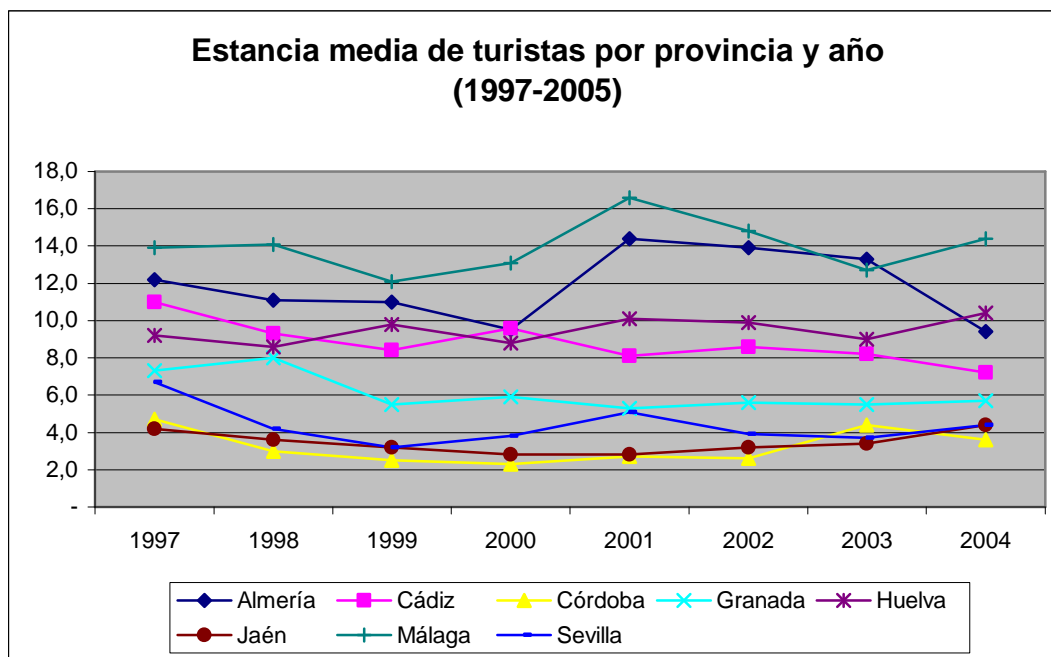


Cuadro Nº 2: Estancia media de los turistas por provincia y año (1997-2005)

Provincia	Año								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	12,2	11,1	11,0	9,5	14,4	13,9	13,3	9,4	8,4
Cádiz	11,0	9,3	8,4	9,6	8,1	8,6	8,2	7,2	7,3
Córdoba	4,7	3,0	2,5	2,3	2,7	2,6	4,4	3,6	2,7
Granada	7,3	8,0	5,5	5,9	5,3	5,6	5,5	5,7	5,4
Huelva	9,2	8,6	9,8	8,8	10,1	9,9	9	10,4	10,9
Jaén	4,2	3,6	3,2	2,8	2,8	3,2	3,4	4,4	4,4
Málaga	13,9	14,1	12,1	13,1	16,6	14,8	12,7	14,4	12,2
Sevilla	6,7	4,2	3,2	3,8	5,1	3,9	3,7	4,4	4,3

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Gráfica Nº 3: Estancia media de turistas por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web



DEFINICIÓN: Estancia media de los turistas

fuente SIMA

A efectos de la encuesta, la población está formada por el conjunto de viajeros que se desplazan por Andalucía con fines turísticos y, en este marco, la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) trata de medir la evolución de la demanda turística que se genera en la Comunidad Autónoma de Andalucía. De acuerdo con la definición dada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), a efectos estadísticos, turismo es "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (definición aprobada por la OMT en la Conferencia de Ottawa, junio 1991). Para poder determinar qué desplazamientos van a considerarse dentro del entorno habitual y cuales fuera se ha procedido a dividir en zonas Andalucía. Se han considerado 25 zonas que cubren todo el territorio andaluz. De esta forma se considera turista a efecto de esta operación estadística: a) toda aquellas personas que siendo residente fuera de Andalucía visita la Comunidad Autónoma, por motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, b) todas aquellas personas que siendo residentes en Andalucía se desplazan a una zona distinta de la de residencia por un motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado".

De acuerdo con el Sistema Europeo de Cuentas (SEC) es "población residente de un país o territorio, el conjunto de personas nacionales o extranjeras, establecidas en el país de forma permanente, aunque dichas personas se encuentren temporalmente ausentes. Por persona establecida de manera permanente se entiende a toda persona que permanece o que tiene la intención de permanecer en el territorio económico del país por un periodo superior a un año".

Se excluyen de la definición de turistas los excursionistas que son aquellas personas que respondiendo a la definición de turistas no pernoctan en el lugar visitado.

El tipo de muestreo aplicado para obtener estos datos es un muestreo estratificado en dos etapas (por zona y nacionalidad) y por cuotas.

Fuente: IEA. Encuesta de coyuntura turística de Andalucía

Unidad: días

Cuadro Nº 3: Gasto medio diario de los turistas, por año y provincia (1997-2005)

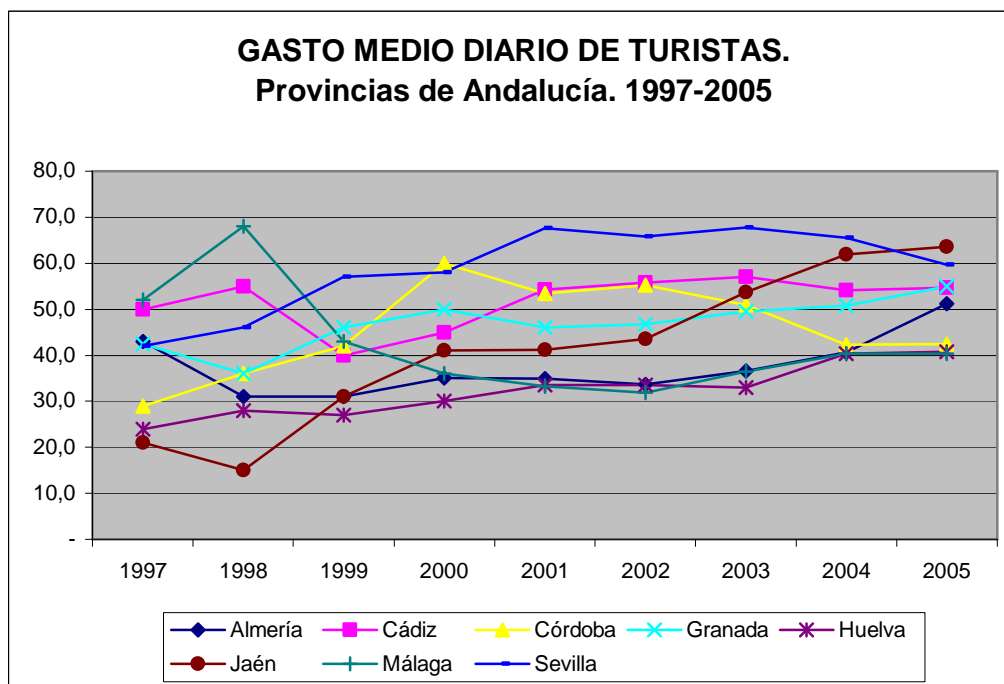
Provincia	Año								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	43,0	31,0	31,0	35,0	34,9	33,6	36,62	40,69	51,24
Cádiz	50,0	55,0	40,0	45,0	54,2	55,8	57,06	54,1	54,73
Córdoba	29,0	36,0	42,0	60,0	53,4	55,3	50,94	42,23	42,5
Granada	42,5	36,0	46,0	50,0	46,0	46,7	49,5	50,8	54,97
Huelva	24,0	28,0	27,0	30,0	33,6	33,5	32,95	40,28	40,82
Jaén	21,0	15,0	31,0	41,0	41,2	43,5	53,66	61,92	63,55
Málaga	52,0	68,0	43,0	36,0	33,3	31,9	36,5	40,39	40,35
Sevilla	42,0	46,0	57,0	58,0	67,6	65,8	67,8	65,56	59,66

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo

http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web



Gráfica Nº 4: Gasto medio diario por provincia y año (1997-2005)



Fuente: Elaboración propia en base a datos provenientes del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

DEFINICIÓN: Gasto medio diario de los turistas (fuente: SIMA)

A efectos de la encuesta, la población está formada por el conjunto de viajeros que se desplazan por Andalucía con fines turísticos y, en este marco, la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) trata de medir la evolución de la demanda turística que se genera en la Comunidad Autónoma de Andalucía. De acuerdo con la definición dada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), a efectos estadísticos, turismo es "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (definición aprobada por la OMT en la Conferencia de Ottawa, junio 1991). Para poder determinar qué desplazamientos van a considerarse dentro del entorno habitual y cuales fuera se ha procedido a dividir en zonas Andalucía. Se han considerado 25 zonas que cubren todo el territorio andaluz. De esta forma se considera turista a efecto de esta operación estadística: a) toda aquellas personas que siendo residente fuera de Andalucía visita la Comunidad Autónoma, por motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, b) todas aquellas personas que siendo residentes en Andalucía se desplazan a una zona distinta de la de residencia por un motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado".

De acuerdo con el Sistema Europeo de Cuentas (SEC) es "población residente de un país o territorio, el conjunto de personas nacionales o extranjeras, establecidas en el país de forma permanente, aunque dichas personas se encuentren temporalmente ausentes. Por persona establecida de manera permanente se entiende a toda persona que permanece o que tiene la intención de permanecer en el territorio económico del país por un periodo superior a un año". Se excluyen de la definición de turistas los excursionistas que son aquellas personas que respondiendo a la definición de turistas no pernoctan en el lugar visitado. El tipo de muestreo aplicado para obtener estos datos es un muestreo estratificado en dos etapas (por zona y nacionalidad) y por cuotas. Se entiende por gasto del turista, todo gasto de consumo efectuado por una persona calificada como turista o por cuenta de él, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino.

Fuente: IEA. Encuesta de coyuntura turística de Andalucía.
Unidad: Euros



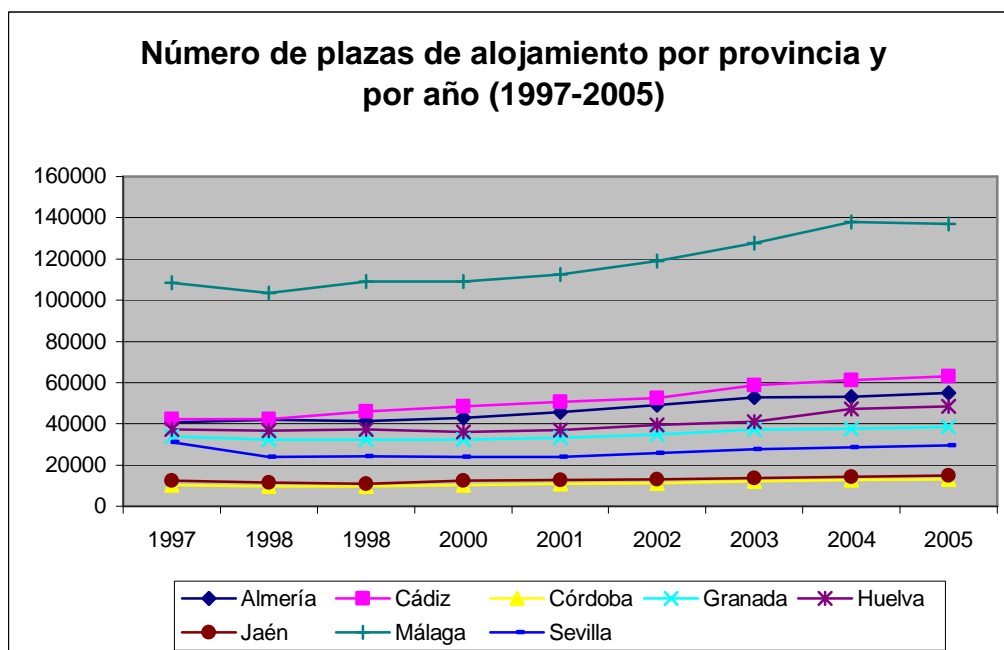
Cuadro Nº 4: Total de plazas de alojamiento en Andalucía, por provincia y año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	40721	42139	10161	33906	37312	12438	108448	31198
1998	42073	42390	9534	32230	36581	11489	103392	24073
1998	41361	45945	9537	32465	37279	10816	109137	24190
2000	42732	48580	10393	32329	36104	12413	109118	23985
2001	45518	50630	10780	33243	37072	12764	112539	23999
2002	48956	52650	11260	34815	39343	13167	118988	25856
2003	52857	58823	12102	37360	41130	13528	127606	27714
2004	53179	61271	12768	37553	47294	14190	138051	28492
2005	54844	63043	13070	38596	48488	15054	137002	29387

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo

http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Gráfica Nº 5: Evolución del número de plazas de alojamiento de Andalucía por provincia y año (1997-2005)

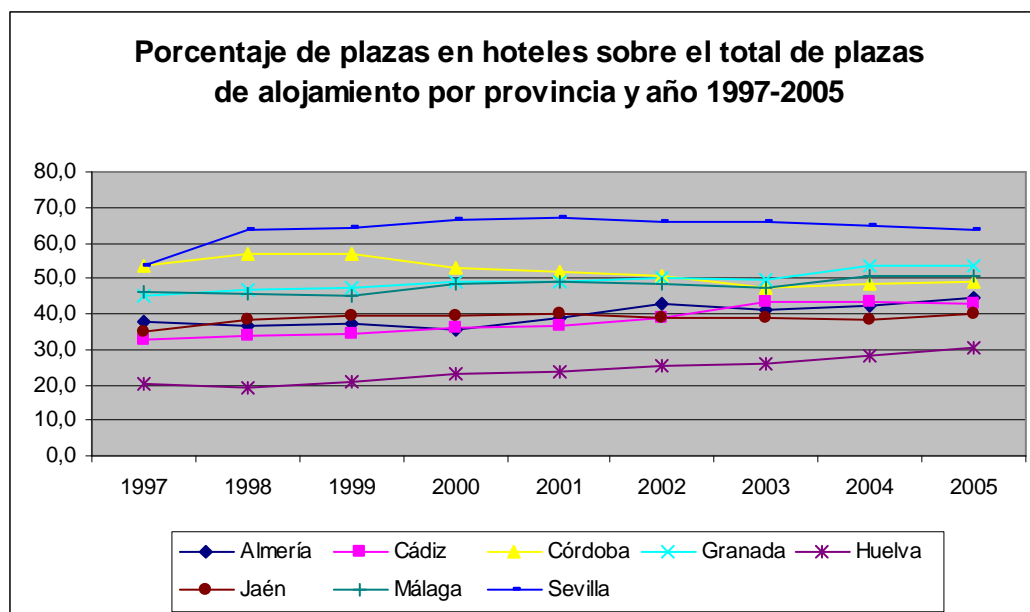


Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo

http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web



Gráfica Nº 6: Porcentaje de plazas en hoteles sobre el total de plazas de alojamiento por provincia y año (1997-2005)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Cuadro Nº 5: Porcentaje que representan las plazas de hoteles sobre el total de plazas de alojamiento por provincia y año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	37,6	32,5	53,8	45,2	20,4	35,2	46,3	53,4
1998	36,8	34,0	56,6	46,6	19,2	38,4	45,4	63,8
1999	37,3	34,4	56,9	47,5	20,9	39,6	45,1	64,1
2000	35,7	35,8	53,0	49,0	23,0	39,6	48,5	66,5
2001	39,1	36,8	51,6	49,2	23,9	39,8	49,0	66,9
2002	43,0	38,7	50,6	50,4	25,2	39,1	48,2	65,8
2003	41,0	43,6	47,2	49,7	26,0	39,0	47,3	65,7
2004	42,0	43,5	48,4	53,3	28,0	38,3	50,6	64,6
2005	44,7	42,9	49,0	53,3	30,2	40,2	50,6	63,9

Fuente: Elaboración propia a partir de información disponible en SIMA.



Cuadro Nº 6: Porcentaje de turistas españoles y extranjeros que se alojan en hoteles por año según provincia. (1997-2005)

Provincia		Año								
		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	% de españoles	66,6	70,1	69,1	65,9	67,4	71,2	76,1	78,2	77,8
	% de extranjeros	33,4	29,9	30,9	34,1	32,6	28,8	23,9	21,8	22,2
Cádiz	% de españoles	66,7	67,0	63,3	62,6	62,5	63,0	63,3	65,2	67,0
	% de extranjeros	33,3	33,0	36,7	37,4	37,5	37,0	36,7	34,8	33,0
Córdoba	% de españoles	52,7	53,3	54,9	54,3	58,6	61,5	65,9	68,8	69,5
	% de extranjeros	47,3	46,7	45,1	45,7	41,4	38,5	34,1	31,2	30,5
Granada	% de españoles	53,5	54,3	49,9	51,5	53,4	53,7	55,8	58,8	59,1
	% de extranjeros	46,5	45,7	50,1	48,5	46,6	46,3	44,2	41,2	40,9
Huelva	% de españoles	83,9	86,2	81,7	83,7	80,0	78,5	79,7	82,1	81,7
	% de extranjeros	16,1	13,8	18,3	16,3	20,0	21,5	20,3	17,9	18,3
Jaén	% de españoles	86,2	85,6	83,1	83,2	82,9	82,8	84,0	86,3	87,5
	% de extranjeros	13,8	14,4	16,9	16,8	17,1	17,2	16,0	13,7	12,5
Málaga	% de españoles	39,6	38,6	38,9	39,3	42,2	41,4	43,9	46,7	48,5
	% de extranjeros	60,4	61,4	61,1	60,7	57,8	58,6	56,1	53,3	51,5
Sevilla	% de españoles	58,1	57,1	53,3	50,2	52,4	53,2	54,8	57,9	58,9
	% de extranjeros	41,9	42,9	46,7	49,8	47,6	46,8	45,2	42,1	41,1

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Definición: Viajeros entrados en establecimientos hoteleros

La Encuesta de Ocupación Hotelera es una operación estadística realizada por el Instituto Nacional de Estadística, de periodicidad mensual, que recoge información sobre la oferta y la demanda hotelera y que se comienza en el año 1999, sustituyendo así a la antigua "Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros", que se vino realizando hasta diciembre de 1998.

Dada la importancia del sector turístico en nuestra Comunidad Autónoma, el Instituto de Estadística de Andalucía estableció la colaboración con el INE en esta operación, para así obtener información sobre la actividad hotelera en Andalucía. De esta forma se descentralizó la operación, pero posibilitando la posterior integración de los resultados a nivel de Comunidad Autónoma y Nacional.

Viajeros entrados son todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento.

Los viajeros se clasifican por su país de residencia. En el caso de los españoles se solicita por primera vez información sobre la Comunidad Autónoma de procedencia.

Fuente: IEA. Encuesta de Ocupación Hotelera.
 Unidad: viajeros

Viajeros entrados en establecimientos hoteleros

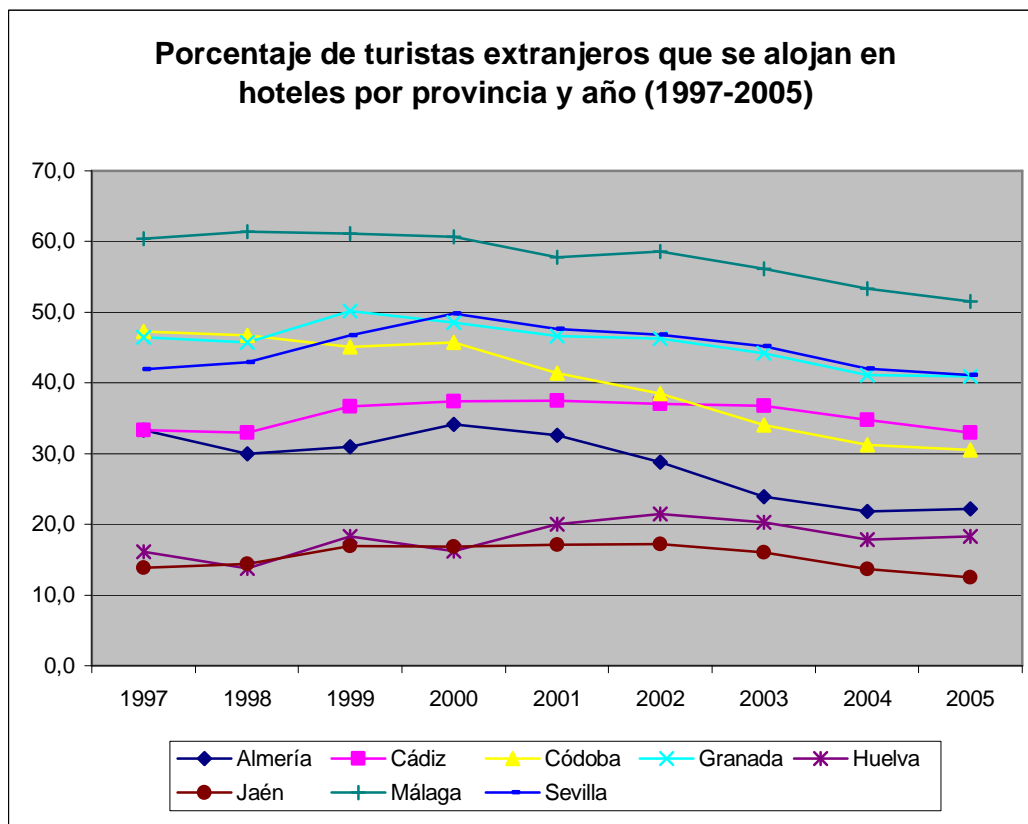
Los viajeros entrados en establecimientos hoteleros, se contabilizan a través del número de personas que se registran en el establecimiento durante el periodo de referencia. El número de entradas de viajeros en los establecimientos no es necesariamente igual al número de viajeros, ya que una misma persona se registra cada vez que llega a un establecimiento distinto aún dentro del mismo viaje.

Fuente: IEA. Anuario Estadístico de Andalucía 1998.

Unidad: viajeros



Gráfica Nº 7: Porcentaje de turistas extranjeros que se alojan en hoteles por provincia y por año (1997-2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

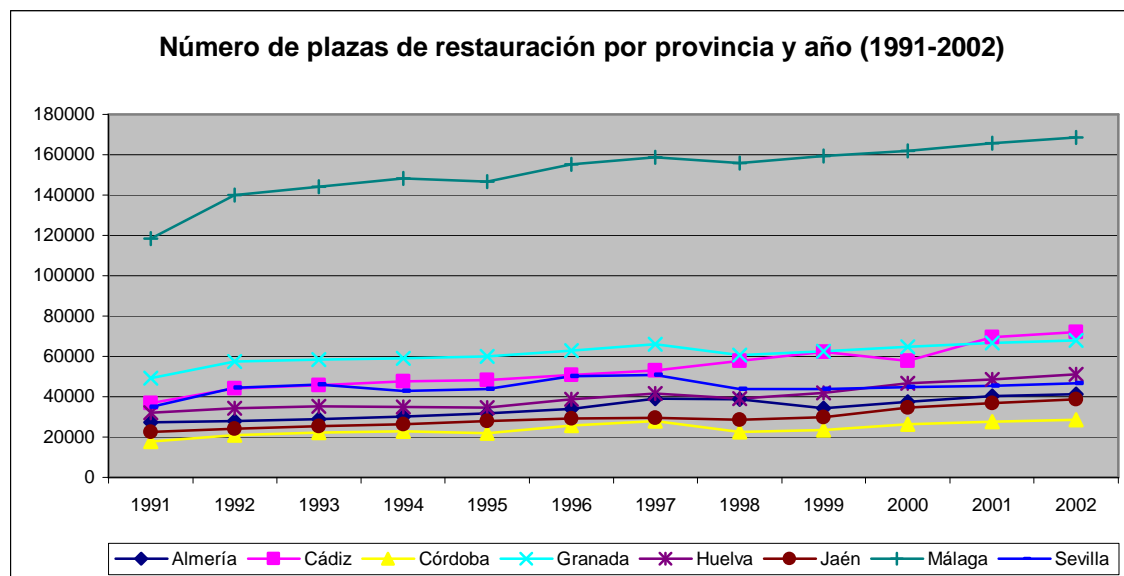


Cuadro Nº 7: Número de plazas en restaurantes por provincia y año (1991-2002)⁸²

Provincia	Año											
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Almería	27181	27981	28921	30038	31901	33935	38977	38658	34340	37304	40385	41295
Cádiz	36949	44024	45705	47494	48361	50669	52968	57626	62171	57738	69579	72056
Córdoba	17647	20942	22109	22827	22010	25565	28047	22598	23352	26330	27569	28498
Granada	49220	57385	58304	59173	60027	62865	66053	60776	62461	64858	66545	67990
Huelva	32056	34403	35133	34934	34583	38608	41523	38990	41790	46715	48722	51020
Jaén	22434	24082	25371	26263	27972	29171	29471	28609	29997	34453	36732	38778
Málaga	118546	139995	144193	148186	146748	155212	158608	155807	159479	161758	165688	168701
Sevilla	34903	44445	45948	42844	43730	50262	50740	43892	43892	44680	45424	46809

Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Gráfica Nº 8: Número de plazas en restaurantes por provincia y año (1991-2002)⁸³



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Definición: Número de plazas en restaurantes

Se entiende por restaurante, aquel establecimiento, cualquiera que sea su denominación, que sirve al público, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. Se clasifican en las categorías de: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta, cuyos distintivos serán respectivamente cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor, colocados verticalmente uno al lado del otro.

Unidad: plazas

⁸² Al momento de la realización del análisis esta información no estaba actualizada al 2005. En función de los análisis anteriores tiene alta correlación con número de plazas de alojamiento. No se incluyó en el análisis definitivo de ACP puesto que se requiere para ello una matriz de datos íntegra y completa.

⁸³ Al momento de la realización del análisis esta información no estaba actualizada al 2005. En función de los análisis anteriores tiene alta correlación con número de plazas de alojamiento. No se incluyó en el análisis definitivo de ACP puesto que se requiere para ello una matriz de datos íntegra y completa.



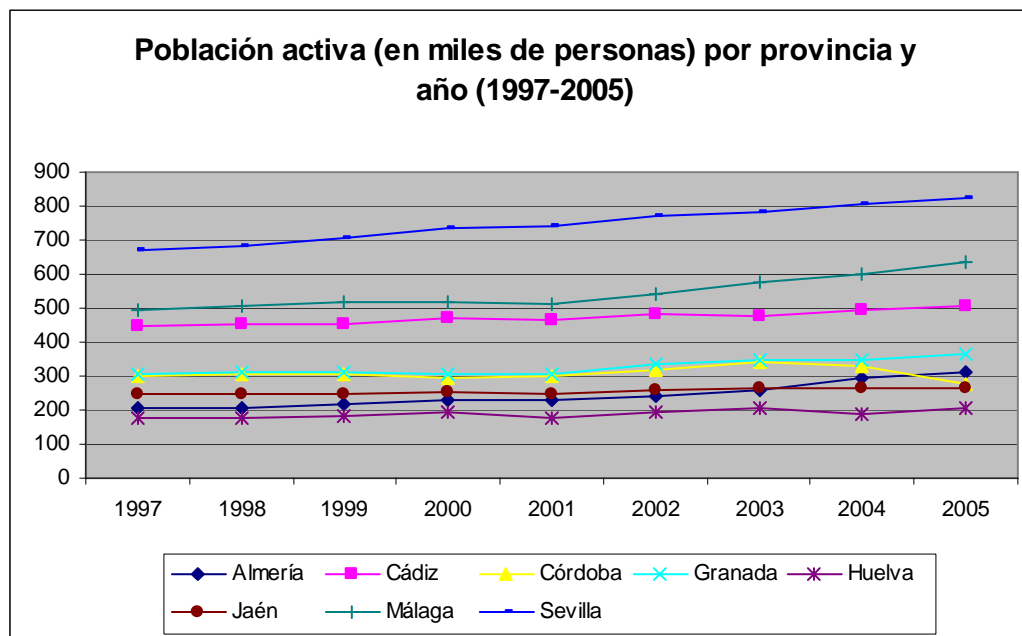
DIMENSIÓN SOCIO-ECONÓMICA: Mercado de trabajo

Cuadro Nº 1: Población activa en miles de personas –media anual- por provincia y año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	205,3	448,3	283,6	308,6	176,5	247	493,4	673,3
1998	208,1	450,8	298,3	312,9	175,3	245,8	506,4	679,5
1999	215,8	454,8	307,5	310	182,4	249,6	515,4	706,2
2000	227,2	470	307,1	308	194,9	253,3	518,5	732,8
2001	228,2	463,8	291,5	305,4	174,7	249,6	514,2	739,5
2002	241,9	484,4	299,3	334,6	194,4	258	544	773,3
2003	260,3	476,2	318,7	347,9	203,7	263,8	573,6	783,2
2004	291,3	494,2	342,8	344,9	190,8	263,1	600,6	803,9
2005	313	503,6	328,6	361,8	204,1	266,6	636,9	820,7

Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

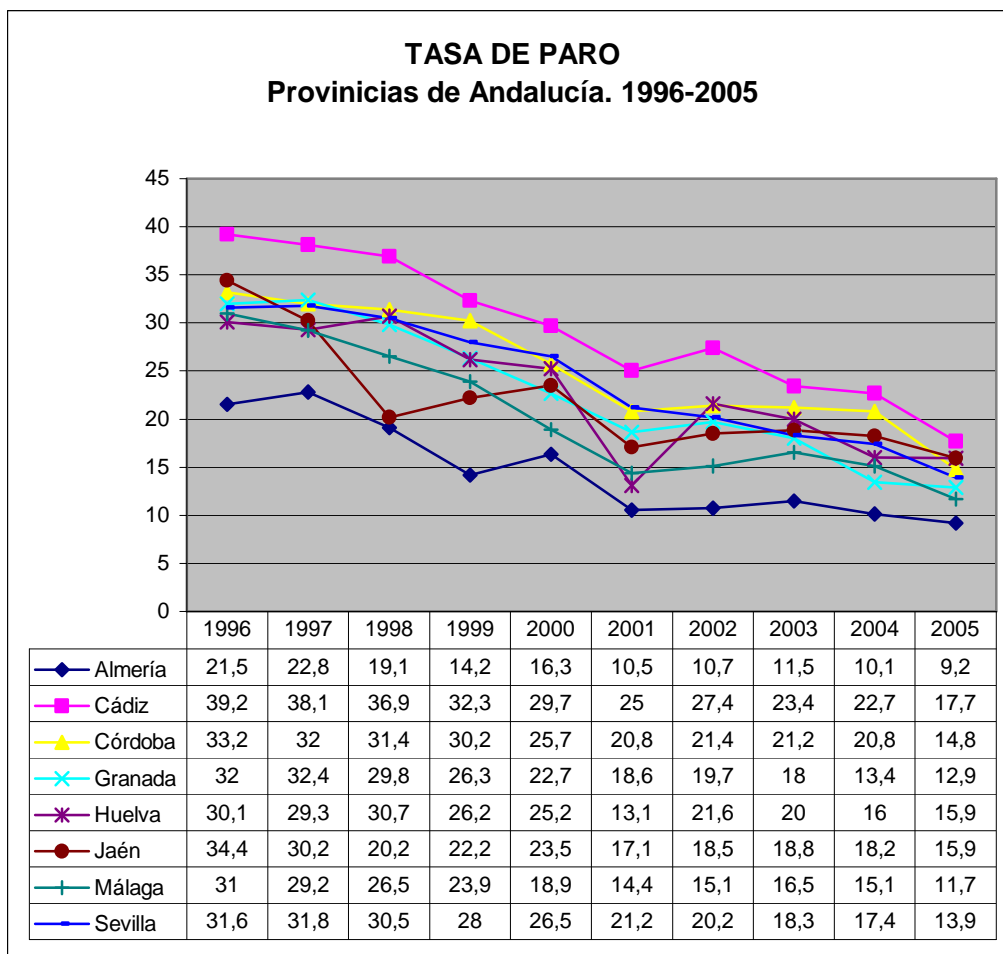
Gráfica Nº 1: Población activa por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web



Gráfica Nº 2: Tasa de paro por provincia 1996- 2005



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Definición: Tasa de paro EPA 2005

La tasa de paro se calcula sobre el conjunto de la población activa y recoge la relación porcentual entre la población parada y la población activa. Los datos de paro desde 2001 en adelante reflejan la nueva definición de parado establecida en el Reglamento 1897/2000 de la CE y no son directamente comparables con los de periodos anteriores. La definición formal de parado no cambia, pero el nuevo reglamento introduce instrucciones sobre cómo interpretar la búsqueda activa de trabajo y esta modificación afecta mucho a las cifras de paro que viene publicando la EPA, provocando una gran disminución en las cifras del desempleo tanto absolutas como relativas. Según dicho Reglamento, se consideran métodos activos de búsqueda, en las cuatro semanas anteriores a la entrevista, los siguientes: 1) Estar en contacto con una oficina pública de empleo con el fin de encontrar trabajo, cualquiera que sea la parte que haya tomado la iniciativa (la renovación de la inscripción por razones puramente administrativas no constituye un planteamiento activo), 2) Estar en contacto con una oficina privada (oficina de empleo temporal, empresa especializada en contratación, etc.) con el fin de encontrar trabajo; 3) Enviar una candidatura directamente a los empleadores; 4) Indagar a través de relaciones personales, por mediación de sindicatos, etc. 5) Anunciarse o responder a anuncios de periódicos. 6) Estudiar las ofertas de empleo. 7) Participar en una prueba, concurso o entrevista, en el marco de un procedimiento de contratación; 8) Buscar terrenos, locales o material, 9) Realizar gestiones para obtener permisos, licencias o recursos financieros.

Fuente: IEA. El Mercado de Trabajo en Andalucía. Datos Estructurales⁸⁴

Unidad: %

⁸⁴ Datos referidos a la media anual calculada sobre los 4 trimestres del año.

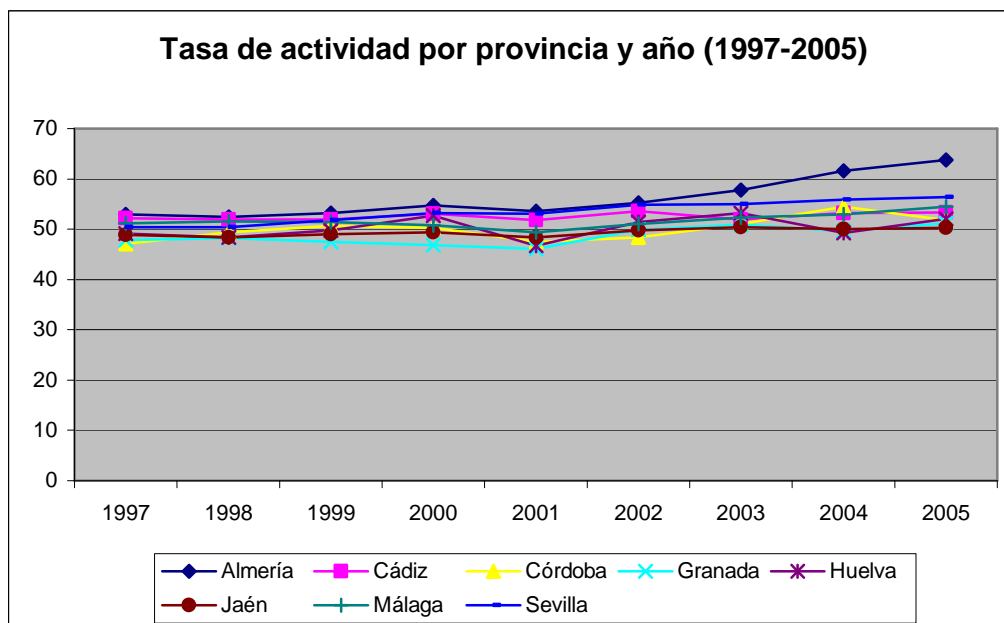


Cuadro Nº 2: Tasa de actividad por provincia y por año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	52,91	52,12	47,09	47,88	49,1	48,85	51,19	50,37
1998	52,46	51,93	49,33	48,26	48,33	48,42	51,54	50,35
1999	53,24	51,9	50,64	47,53	49,82	48,97	51,48	51,83
2000	54,79	53,06	50,29	46,86	52,66	49,42	50,75	53,17
2001	53,57	51,83	47,44	46,06	46,7	48,4	49,36	53,05
2002	55,21	53,54	48,34	49,83	51,42	49,72	51,03	54,83
2003	57,79	51,89	51,06	50,91	53,23	50,43	52,26	54,93
2004	61,64	53,18	54,53	49,64	49,28	50,04	52,96	55,87
2005	63,75	53,33	51,81	51,14	52,02	50,32	54,44	56,35

Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Gráfica Nº 3: Tasa de actividad por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Definición: Tasa de actividad

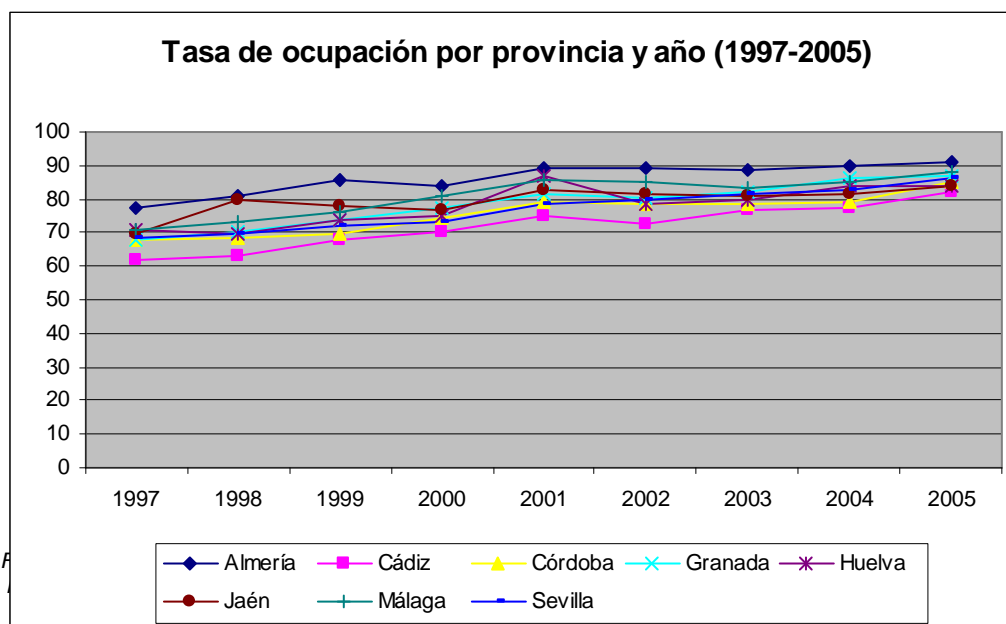
La tasa de actividad se calcula sobre el conjunto de población de 16 ó más años y recoge la relación porcentual entre la población activa y la población total.

(*) Metodología EPA 2002.

Unidad: %



Gráfica Nº 4: Tasa de Ocupación por provincia y año (1997-2005)



Cuadro Nº 3: Tasa de Ocupación por provincia y año (1997-2005)⁸⁵

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	77,1	61,9	68	67,6	70,7	69,8	70,8	68,2
1998	80,9	63,1	68,6	70,2	69,4	79,8	73,5	69,5
1999	85,8	67,7	69,8	73,8	73,9	77,8	76,1	72
2000	83,7	70,3	74,3	77,3	74,8	76,5	81,1	73,5
2001	89,5	75	79,2	81,5	86,9	82,9	85,6	78,8
2002	89,3	72,6	78,6	80,3	78,5	81,5	84,9	79,8
2003	88,5	76,6	78,8	82	80	81,2	83,5	81,7
2004	89,9	77,3	79,3	86,6	83,9	81,8	84,9	82,6
2005	90,8	82,3	85,2	87,1	84,1	84,1	88,3	86,1

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Definición: Tasa de ocupación EPA 2005

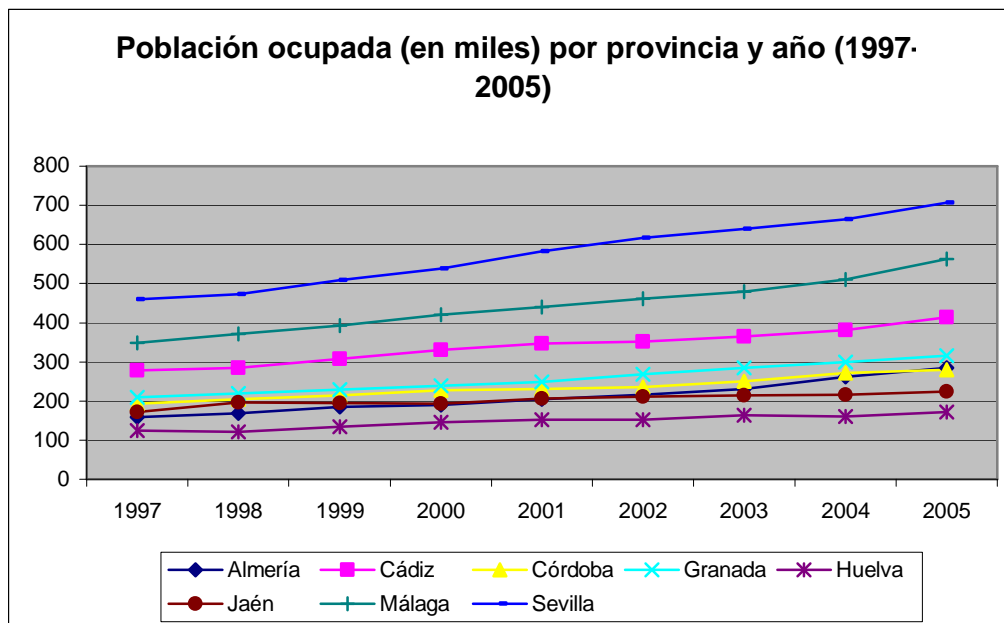
La tasa de ocupación se calcula sobre el conjunto de población de 16 ó más años y recoge la relación porcentual entre la población ocupada y la población activa.

Unidad: %

⁸⁵ Hasta el 2002, se presenta metodología 2002 y 2004 y 2005 metodología EPA 2005, para el cálculo de Tasa de ocupación



Grafica Nº 5: Población ocupada por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

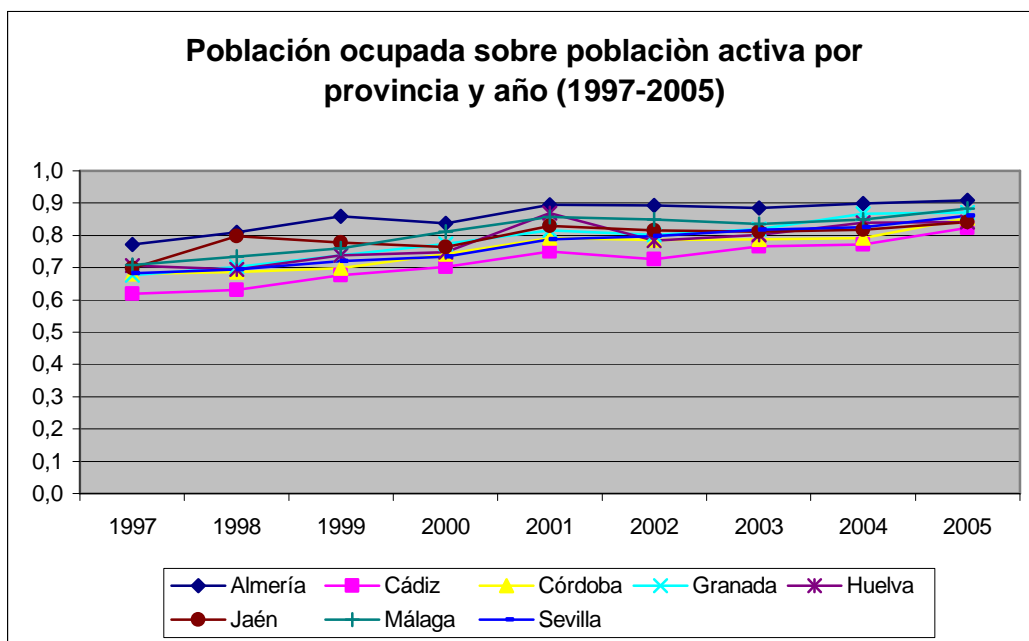
Cuadro Nº 4: Población ocupada (en miles de personas) por provincia y año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	158,4	277,5	192,9	208,6	124,8	172,4	349,2	459,3
1998	168,5	284,3	204,7	219,7	121,6	196,2	372	472,1
1999	185,3	308	214,6	228,7	134,7	194,1	392,1	508,2
2000	190,1	330,4	228,1	238,1	145,8	193,7	420,4	538,4
2001	204,2	347,6	230,9	248,8	151,9	206,8	440,3	582,3
2002	216	351,9	235,3	268,5	152,5	210,4	461,9	617,5
2003	230,3	364,8	251,1	285,4	163,1	214,1	479	639,6
2004	261,9	381,9	271,7	298,8	160,1	215,2	510,1	663,6
2005	284,3	414,7	280,1	315,1	171,7	224,1	562,7	706,9

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp



Gráfica Nº 6: Población ocupada sobre población activa por provincia y por año (1997-2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

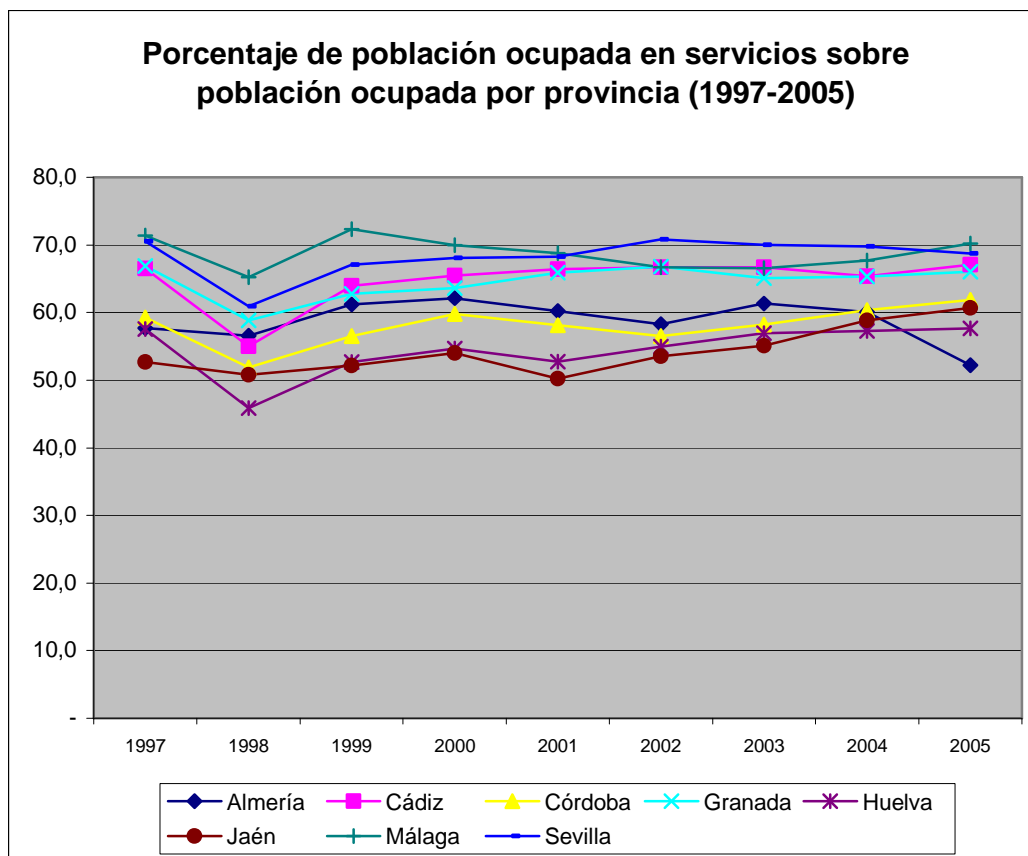
Cuadro Nº 5: Población ocupada sobre población activa por provincia y por año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	0,77	0,62	0,68	0,68	0,71	0,70	0,71	0,68
1998	0,81	0,63	0,69	0,70	0,69	0,80	0,73	0,69
1999	0,86	0,68	0,70	0,74	0,74	0,78	0,76	0,72
2000	0,84	0,70	0,74	0,77	0,75	0,76	0,81	0,73
2001	0,89	0,75	0,79	0,81	0,87	0,83	0,86	0,79
2002	0,89	0,73	0,79	0,80	0,78	0,82	0,85	0,80
2003	0,88	0,77	0,79	0,82	0,80	0,81	0,84	0,82
2004	0,90	0,77	0,79	0,87	0,84	0,82	0,85	0,83
2005	0,91	0,82	0,85	0,87	0,84	0,84	0,88	0,86

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp



Gráfica Nº 7: Porcentaje de la población ocupada en servicios sobre población ocupada por provincia (1997-2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Cuadro Nº 6: Porcentaje de población ocupada en servicios sobre población ocupada en servicios por provincia (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	57,7	66,5	59,3	66,9	57,5	52,7	71,4	70,5
1998	56,6	55,0	51,9	58,8	45,9	50,8	65,2	60,9
1999	61,2	64,0	56,5	62,8	52,7	52,2	72,4	67,1
2000	62,1	65,5	59,8	63,6	54,7	54,0	70,0	68,1
2001	60,2	66,4	58,1	65,9	52,7	50,2	68,8	68,3
2002	58,2	66,7	56,5	66,8	55,0	53,5	66,7	70,8
2003	61,3	66,7	58,2	65,1	57,0	55,1	66,6	70,0
2004	60,1	65,4	60,3	65,3	57,3	58,8	67,7	69,8
2005	52,2	67,1	61,9	66,1	57,7	60,7	70,2	68,8

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

*

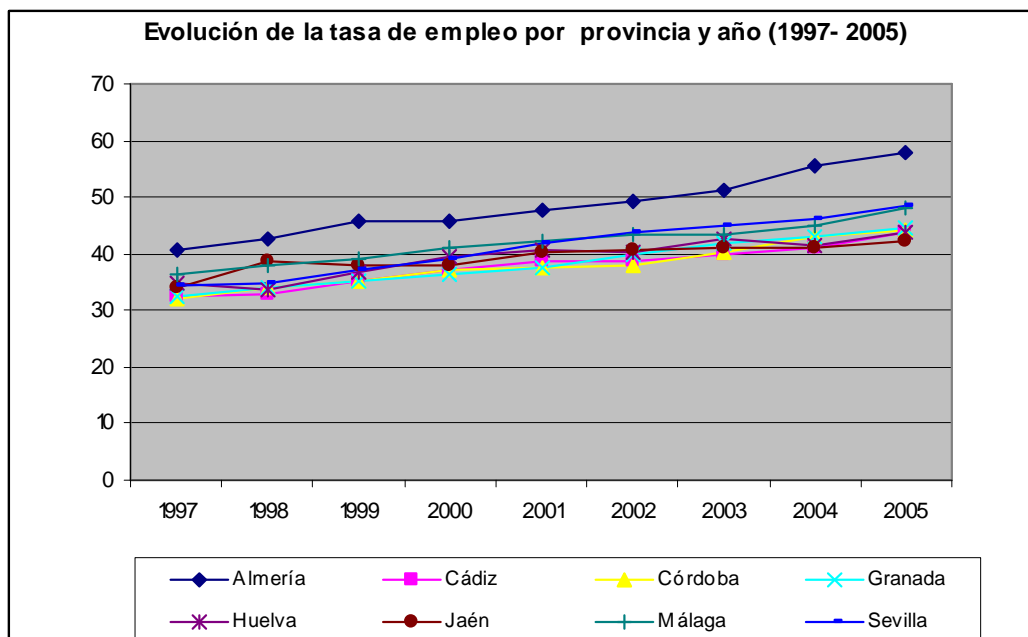


Cuadro Nº 7: Tasa de empleo por provincia y año (1991-2002)

Provincia	Año								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	40,8	42,5	45,7	45,8	47,9	49,3	51,1	55,4	57,9
Cádiz	32,3	32,7	35,2	37,3	38,8	38,9	39,8	41,1	43,9
Córdoba	32	33,9	35,3	37,3	37,6	38	40,2	43,2	44,2
Granada	32,4	33,9	35,1	36,2	37,5	40	41,8	43	44,5
Huelva	34,7	33,5	36,8	39,4	40,6	40,3	42,6	41,4	43,8
Jaén	34,1	38,6	38,1	37,8	40,1	40,5	40,9	40,9	42,3
Málaga	36,2	37,9	39,2	41,2	42,3	43,3	43,6	45	48,1
Sevilla	34,4	35	37,3	39,1	41,8	43,8	44,9	46,1	48,5

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa

Gráfica Nº 8: Evolución de tasa de empleo por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Definición: Tasa de empleo

La tasa de empleo se calcula a como el cociente entre la población ocupada y la población total en edad de trabajar.

Unidad: %

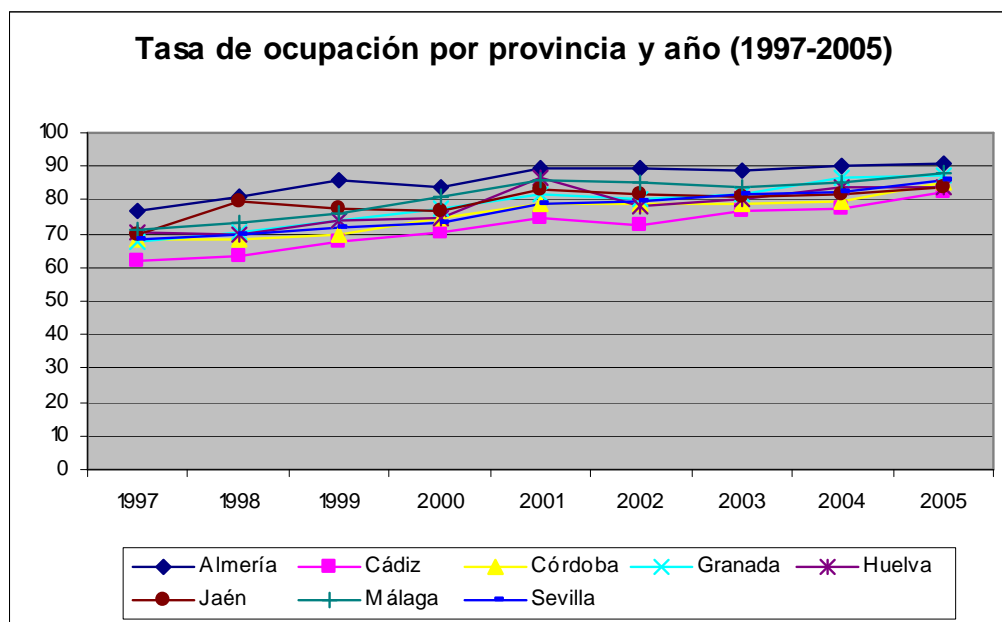


Cuadro Nº 8: Tasa de Ocupación por provincia y año (1997-2005)⁸⁶

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	77,1	61,9	68	67,6	70,7	69,8	70,8	68,2
1998	80,9	63,1	68,6	70,2	69,4	79,8	73,5	69,5
1999	85,8	67,7	69,8	73,8	73,9	77,8	76,1	72
2000	83,7	70,3	74,3	77,3	74,8	76,5	81,1	73,5
2001	89,5	75	79,2	81,5	86,9	82,9	85,6	78,8
2002	89,3	72,6	78,6	80,3	78,5	81,5	84,9	79,8
2003	88,5	76,6	78,8	82	80	81,2	83,5	81,7
2004	89,9	77,3	79,3	86,6	83,9	81,8	84,9	82,6
2005	90,8	82,3	85,2	87,1	84,1	84,1	88,3	86,1

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Grafica Nº 9: Tasa de ocupación por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Definición: Tasa de ocupación (EPA 2005)

La tasa de ocupación se calcula sobre el conjunto de población de 16 ó más años y recoge la relación porcentual entre la población ocupada y la población activa.(*) Metodología EPA 2005

Unidad: %

⁸⁶ Hasta el 2002, se presenta metodología 2002 y 2004 y 2005 metodología EPA 2005, para el cálculo de Tasa de ocupación



Cuadro Nº 9: Salario medio anual por provincia y año (1999-2002)

	Salario medio anual por provincia 1999-2002 (en miles de euros)			
	1999	2000	2001	2002
Andalucía	10,1	10,5	11,0	11,4
Almería	9,5	9,8	10,2	10,7
Cádiz	10,7	11,1	11,6	12,0
Córdoba	9,1	9,5	10,0	10,5
Granada	10,2	10,6	11,2	11,7
Huelva	9,3	9,6	10,0	10,3
Jaén	8,5	9,0	9,4	9,7
Málaga	10,7	11,2	11,8	12,3
Sevilla	10,5	10,9	11,4	11,9

FUENTE: AEAT. Estadísticas Tributarias: Mercado de Trabajo y Pensiones en las Fuentes Tributarias.

Cuadro Nº 10: Salario medio anual en el sector hostelería y restauración por provincia y año (1999-2002)

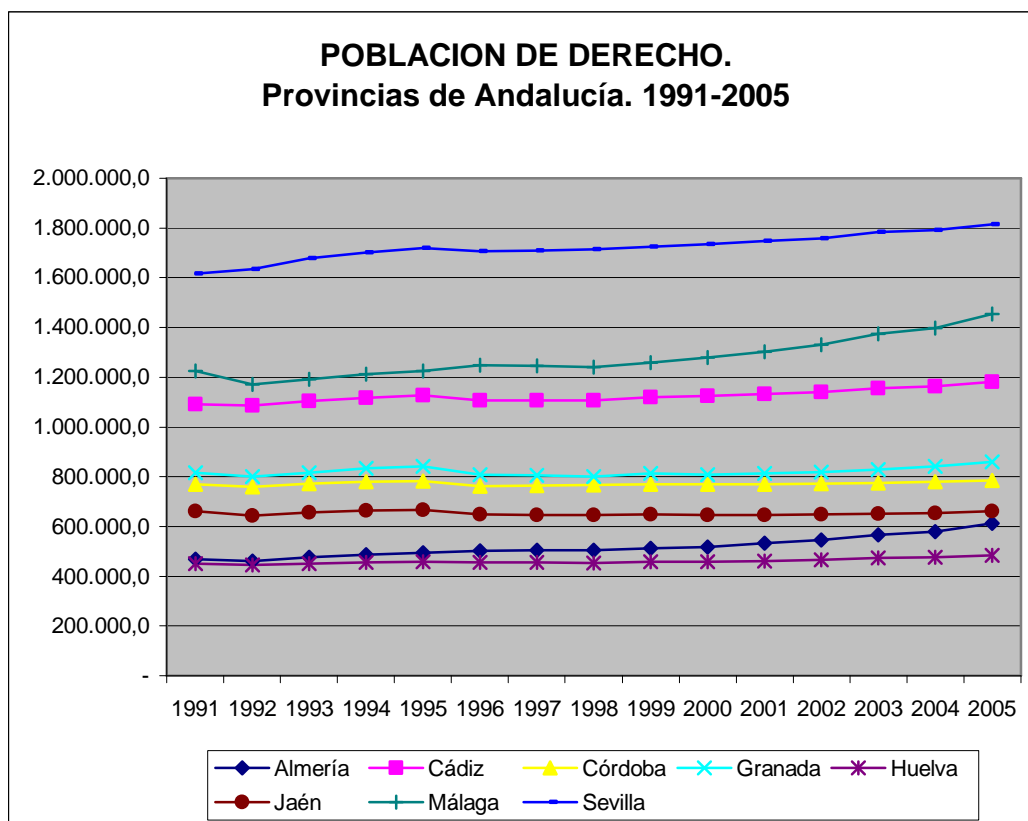
	Salario medio anual en el sector hostelería y restauración por provincia 1999-2002 (en miles de euros)			
	1999	2000	2001	2002
Andalucía	6,5	6,8	7,1	7,3
Almería	5,9	6,1	6,5	6,7
Cádiz	5,8	6,1	6,5	6,7
Córdoba	5,8	6,1	6,4	6,7
Granada	6,4	6,8	7,0	7,2
Huelva	5,7	5,8	6,1	6,1
Jaén	5,6	5,9	6,4	6,2
Málaga	7,8	8,1	8,5	8,8
Sevilla	6,2	6,5	6,6	6,8

FUENTE: AEAT. Estadísticas Tributarias: Mercado de Trabajo y Pensiones en las Fuentes Tributarias



DINÁMICA DEMOGRÁFICA

Gráfica Nº 1: Población de derecho por provincia y año (1991-2005)



FUENTES: INE. Rectificación del padrón municipal de habitantes 1989-1995

INE. Padrón municipal de habitantes 1996

INE. Revisión del padrón municipal de habitantes 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 y 2002

http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/ineco_web/indea_tb.jsp?vAmbito=P&tema=2445



Definición: Población total (Padrón)

El Padrón Municipal es el registro administrativo donde constan los vecinos del municipio. Sus datos constituyen prueba de residencia en el municipio y del domicilio habitual en el mismo. Su formación, mantenimiento, revisión y custodia corresponde al Ayuntamiento, de acuerdo con las normas aprobadas conjuntamente por el Ministerio de Economía y Hacienda y el Ministerio para las Administraciones Públicas a propuesta del Consejo de Empadronamiento, obteniéndose la Revisión del Padrón Municipal con referencia al 1 de enero de cada año. La Ley 4/1996, de 10 de enero, por la que se modifica la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, en relación con el Padrón municipal, y su desarrollo reglamentario, aprobado por el Real Decreto 2612/1996, de 20 de diciembre, por el que se modifica el Reglamento de Población y Demarcación Territorial de las Entidades Locales, establecen que los Ayuntamientos deben remitir, por medios informáticos o telemáticos, las variaciones mensuales que se vayan produciendo en los datos de sus Padrones municipales al Instituto Nacional de Estadística para que éste, en cumplimiento de las obligaciones que le impone el artículo 17.3 de la citada Ley de Bases, realice las comprobaciones oportunas en aras a subsanar posibles errores y duplicidades. Efectuadas dichas comprobaciones, el Instituto Nacional de Estadística obtiene una cifra de población para cada municipio, que utiliza para contrastar con los resultados numéricos de la revisión anual enviados por los Ayuntamientos según lo establecido en el artículo 81 del Reglamento de Población y Demarcación Territorial de las Entidades Locales y, cuando no se llega a alcanzar un acuerdo, somete al Consejo de Empadronamiento para su informe, de acuerdo con el artículo 82.1 del citado Reglamento, las discrepancias con la cifra de población aprobada por los Ayuntamientos.

El Consejo de Empadronamiento, en cumplimiento de las funciones que le atribuyen el artículo 17.4 de la Ley de Bases y el artículo 85 del Reglamento de Población, informa sobre las discrepancias entre los Ayuntamientos y el Instituto Nacional de Estadística, así como sobre la propuesta de cifras oficiales de población de los municipios españoles que eleva al Gobierno la Presidenta del Instituto Nacional de Estadística para su aprobación mediante Real Decreto.

La Ley 7/1985, Reguladora de las Bases del Régimen Local, contemplaba que cada cinco años, en los años terminados en uno y en seis, los Ayuntamientos debían llevar a cabo una Renovación Padronal, mediante la elaboración ex - novo de sus padrones, para lo que efectuaban recorridos en campo, distribuyendo las hojas padronales en todas las viviendas y recogiendo una vez cumplimentadas por las familias. Con la entrada en vigor de la Ley 4/1996 se estableció un nuevo sistema de gestión padronal mediante el cual quedaron suprimidas las Renovaciones Padronales siendo la de 1996 la última en realizarse. La primera Revisión del Padrón de acuerdo al nuevo sistema de gestión fue con referencia al uno de enero de 1998.

Toda persona que resida en España está obligada a inscribirse en el Padrón del Municipio que resida habitualmente. Quien viva en varios municipios deberá inscribirse únicamente en el que habite durante más tiempo al año.

La inscripción en el Padrón Municipal contendrá como obligatorios sólo los siguientes datos de cada vecino:

- a) Nombre y apellidos
- b) Sexo
- c) Domicilio Habitual
- d) Nacionalidad
- e) Lugar y Fecha de Nacimiento
- f) Número de Documento Nacional de Identidad o, tratándose de extranjeros, del Documento que lo sustituya.

Las cifras de población provenientes de la Revisión del Padrón municipal a 1 de enero de los distintos municipios españoles se declaran oficiales mediante Real Decreto.

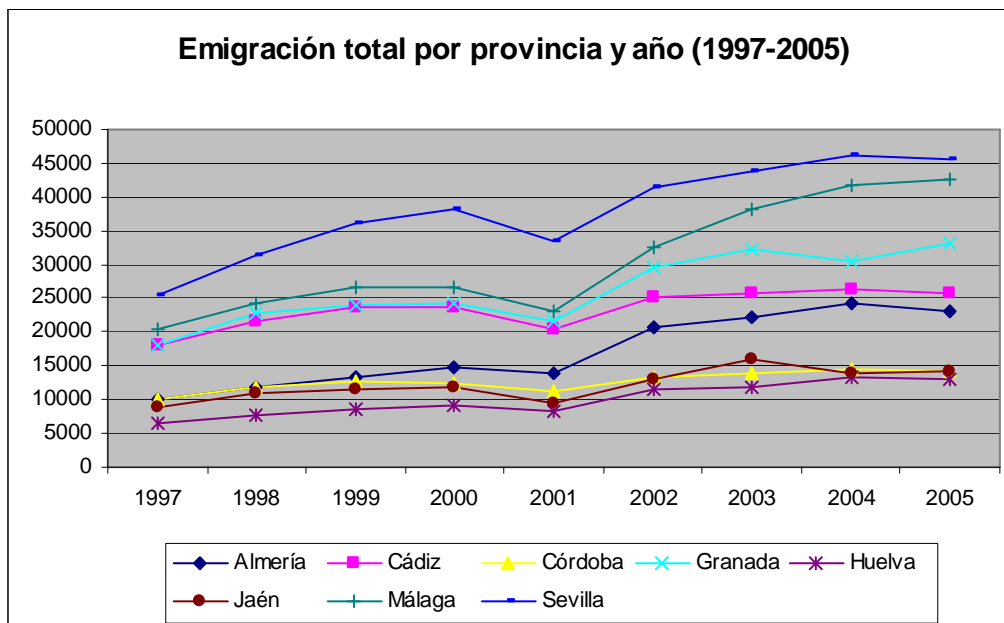
A partir de la información utilizada para este fin, se generan los ficheros que se utilizan para llevar a cabo la explotación estadística que es exhaustiva, es decir estudiando la totalidad de los registros contenidos en los ficheros padronales. En ella se han realizado controles de validez de las diferentes variables, aplicando el sistema de Depuración e Imputación Automática (D.I.A.) a todos ellos, dando lugar a los ficheros finales, base para la obtención de la información.

Por distintos motivos, en algunos casos, no existe coincidencia exacta entre las cifras derivadas de los ficheros y las aprobadas oficialmente, por lo que es necesario emplear factores de corrección, calculados a nivel de registro, que en ocasiones dan origen a diferencias en algunas unidades entre las cifras oficiales y las que figuran en las tabulaciones. En algunas provincias, no ha sido posible que el INE dispusiese de la totalidad de los ficheros municipales en el momento de iniciar la explotación estadística del Padrón, por lo que en las tablas obtenidas a nivel municipal, no aparece información para dichos municipios. Por otra parte, la información generada a nivel provincial, autonómico y nacional contiene distribuida, mediante la aplicación de factores de corrección, la población de los mencionados municipios.

Unidad: habitantes



Gráfica Nº 2 : Emigración Interior total por provincia y año (1997-2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Cuadro Nº 1: Emigración interior total por provincia y año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	10080	18142	10159	18034	6424	8902	20561	25352
1998	11849	21660	11891	22807	7612	10989	24294	31214
1999	13324	23747	12850	24072	8564	11681	26616	35956
2000	14736	23522	12558	24342	9151	11824	26734	38254
2001	14015	20523	11333	21696	8218	9555	23132	33331
2002	20768	25137	13431	29577	11570	13002	32688	41410
2003	22206	25865	13844	32365	11942	15970	38050	43649
2004	24381	26389	14454	30568	13370	13758	41601	46147
2005	23095	25703	14140	33163	13144	14183	42482	45572

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

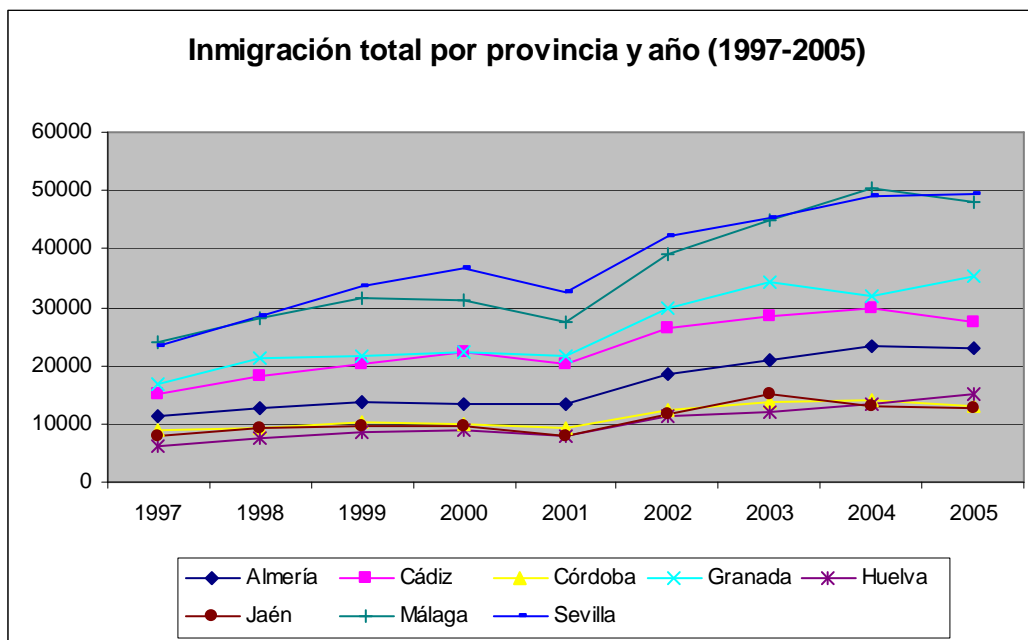
Definición: Emigración interior total

Los datos fuente para la elaboración de las Variaciones Residenciales proceden de la Estadística de Variaciones Residenciales, que recoge altas y bajas padronales en cada municipio. Es importante considerar que éstas no miden el número de personas que se mueven en un territorio determinado, sino la cantidad de movimientos que se producen. Según el sentido en que tiene lugar la migración se hablará de emigración (origen) o de inmigración (destino), por lo que toda migración genera una emigración en la provincia de procedencia y una inmigración en la de destino. Las emigraciones recogidas son las que tienen como origen cualquier provincia andaluza y destino cualquiera de España.

Unidad: emigrantes



Gráfica Nº 3: Inmigración total por provincia y año (1997-2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Cuadro Nº 2: Inmigración total por provincia y por año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	11440	15165	8834	16812	6090	7850	23924	23222
1998	12788	18142	9181	21247	7565	9332	28025	28530
1999	13604	20133	10263	21517	8403	9554	31707	33634
2000	13393	22291	10050	22147	8887	9496	31114	36516
2001	13297	20115	9315	21460	7880	7857	27396	32551
2002	18348	26510	12263	29667	11180	11705	38968	42004
2003	21001	28494	13556	34158	11870	14982	45082	45418
2004	23166	29840	13931	31820	13405	13008	50248	49159
2005	22980	27291	13197	35339	14970	12535	48037	49308

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

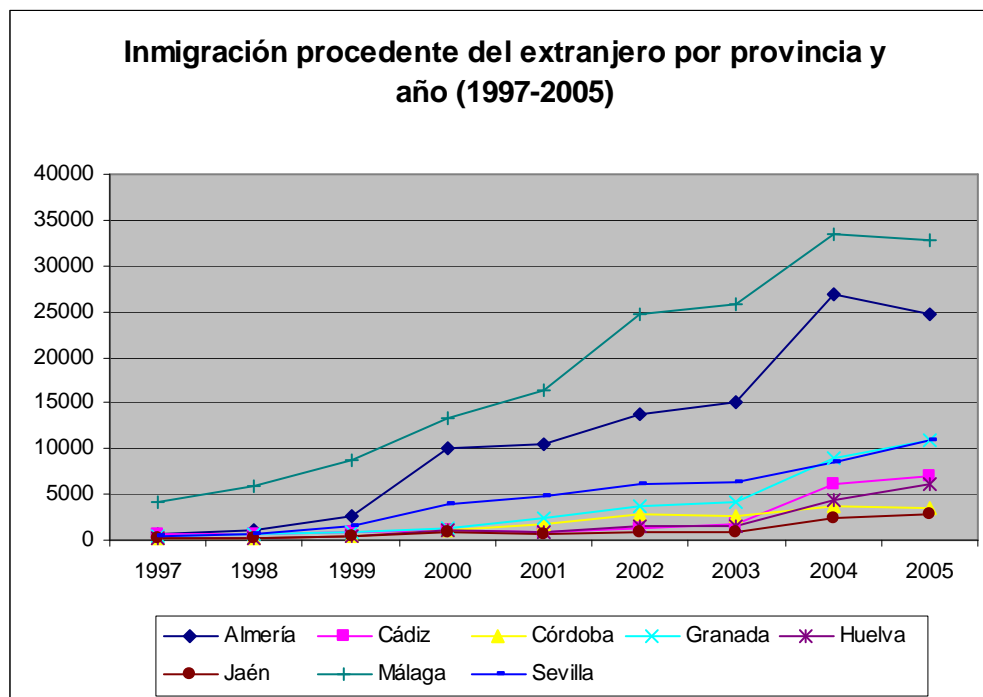
Definición: Inmigración interior total

Los datos fuente para la elaboración de las Variaciones Residenciales proceden de la Estadística de Variaciones Residenciales, que recoge altas y bajas padronales en cada municipio. Es importante considerar que éstas no miden el número de personas que se mueven en un territorio determinado, sino la cantidad de movimientos que se producen. Según el sentido en que tiene lugar la migración se hablará de emigración (origen) o de inmigración (destino), por lo que toda migración genera una emigración en la provincia de procedencia y una inmigración en la de destino. Las inmigraciones recogidas son las que tienen como origen cualquiera de España y destino cualquier provincia andaluza.

Unidad: inmigrantes



Gráfica Nº 4: Inmigración procedente del extranjero (personas) por provincia y año (1997-2005)



Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

Cuadro Nº 3: Inmigración procedente del extranjero (personas) por provincia y año (1997-2005)

Año	Provincia							
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
1997	696	730	135	524	139	176	4137	430
1998	1156	628	254	551	191	238	5903	623
1999	2559	803	449	770	427	332	8749	1582
2000	10151	1163	1024	1407	1022	853	13229	3896
2001	10495	862	1725	2307	970	713	16439	4731
2002	13770	1281	2771	3819	1538	871	24667	6187
2003	15025	1766	2618	4083	1464	966	25740	6376
2004	26797	6152	3732	8900	4470	2358	33488	8539
2005	24628	6955	3458	10875	6123	2783	32793	10970

Fuente: SIMA Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web/sima_tabla.jsp

DEFINICIÓN: Inmigraciones procedentes del extranjero (fuente SIMA)

Los datos fuente para la elaboración de las Variaciones Residenciales proceden de la Estadística de Variaciones Residenciales, que recoge altas y bajas padronales en cada municipio. Es importante considerar que éstas no miden el número de personas que se mueven en un territorio determinado, sino la cantidad de movimientos que se producen. Según el sentido en que tiene lugar la migración se hablará de emigración (origen) o de inmigración (destino), por lo que toda migración genera una emigración en la provincia de procedencia y una inmigración en la de destino. Las inmigraciones recogidas son las que tienen como origen cualquier país del extranjero y destino cualquier provincia andaluza.

Unidad: inmigrantes



Cuadro Nº 4: Inmigración total (procedente del extranjero más interior) por provincia y año (1997- 2005)

Provincia	Año								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	10080	11849	13324	14736	14015	20768	22206	24381	23095
Cádiz	18142	21660	23747	23522	20523	25137	25865	26389	25703
Córdoba	10159	11891	12850	12558	11333	13431	13844	14454	14140
Granada	18034	22807	24072	24342	21696	29577	32365	30568	33163
Huelva	6424	7612	8564	9151	8218	11570	11942	13370	13144
Jaén	8902	10989	11681	11824	9555	13002	15970	13758	14183
Málaga	20561	24294	26616	26734	23132	32688	15970	41601	42482
Sevilla	25352	31214	35956	38254	33331	41410	43649	46147	45572

Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

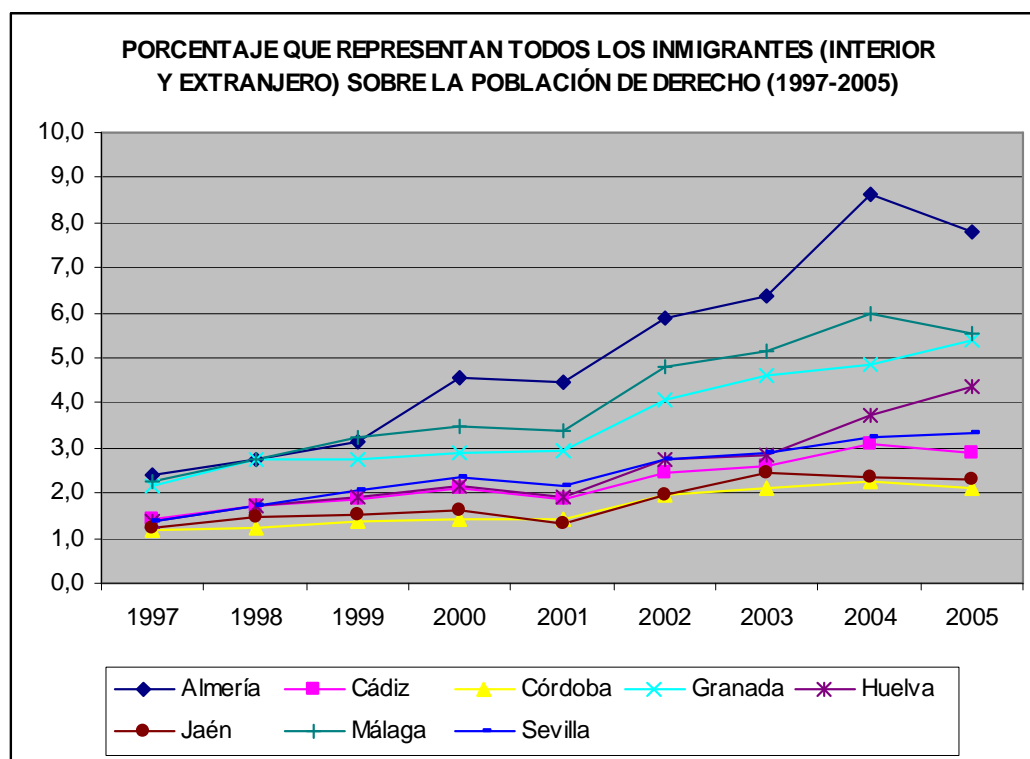
Cuadro Nº 5: Porcentaje que representan los inmigrantes (del interior y extranjeros) sobre la población de derecho por provincia y año (1997- 2005)

Provincia	Año								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	2,4	2,8	3,2	4,5	4,5	5,9	6,4	8,6	7,8
Cádiz	1,4	1,7	1,9	2,1	1,9	2,4	2,6	3,1	2,9
Córdoba	1,2	1,2	1,4	1,4	1,4	1,9	2,1	2,3	2,1
Granada	2,2	2,7	2,7	2,9	2,9	4,1	4,6	4,8	5,4
Huelva	1,4	1,7	1,9	2,2	1,9	2,7	2,8	3,7	4,4
Jaén	1,2	1,5	1,5	1,6	1,3	1,9	2,4	2,3	2,3
Málaga	2,3	2,7	3,2	3,5	3,4	4,8	5,2	6,0	5,6
Sevilla	1,4	1,7	2,0	2,3	2,1	2,7	2,9	3,2	3,3
Andalucía	1,7	2,0	2,2	2,5	2,4	3,3	3,6	4,3	4,2

Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web



Gráfica Nº 5: Porcentaje que representan el total de inmigrantes sobre la población de derecho por provincia y año (1997- 2005)



Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web

Cuadro Nº 6: Emigración total por provincia y año (1997- 2005)

	Año								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Almería	10080	11849	13324	14736	14015	20768	22206	24381	23095
Cádiz	18142	21660	23747	23522	20523	25137	25865	26389	25703
Córdoba	10159	11891	12850	12558	11333	13431	13844	14454	14140
Granada	18034	22807	24072	24342	21696	29577	32365	30568	33163
Huelva	6424	7612	8564	9151	8218	11570	11942	13370	13144
Jaén	8902	10989	11681	11824	9555	13002	15970	13758	14183
Málaga	20561	24294	26616	26734	23132	32688	15970	41601	42482
Sevilla	25352	31214	35956	38254	33331	41410	43649	46147	45572

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía/turismo (SIMA) http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima_web



Emigración total (fuente: SIMA)

Los datos fuente para la elaboración de las Variaciones Residenciales proceden de la Estadística de Variaciones Residenciales, que recoge altas y bajas padronales en cada municipio. Es importante considerar que éstas no miden el número de personas que se mueven en un territorio determinado, sino la cantidad de movimientos que se producen. Según el sentido en que tiene lugar la migración se hablará de emigración (origen) o de inmigración (destino), por lo que toda migración genera una emigración en la provincia de procedencia y una inmigración en la de destino. Las emigraciones recogidas son las que tienen como origen cualquier provincia andaluza y destino cualquiera de España. *Unidad: emigrantes*