



un
i Universidad
Internacional
de Andalucía

A

Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana

Miguel Ángel Troitiño Vinuesa (Ed.)





Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana

Miguel Ángel Troitiño Vinuesa (Ed.)

EDITAN: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA
Monasterio de Santa María de las Cuevas
Calle Américo Vespucio, 2
Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla
www.unia.es
JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Cultura

COORDINACIÓN DE LA EDICIÓN: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.
INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

COORDINADOR:
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa

COPYRIGHT DE LA PRESENTE EDICIÓN:
Universidad Internacional de Andalucía

COPYRIGHT:
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa

FECHA:
2008

EDICIÓN:
500 ejemplares

ISBN:
978-84-7993-071-4

DEPÓSITO LEGAL: SE-421-2009

MAQUETACIÓN Y DISEÑO:
Olga Serrano García

IMPRESIÓN: Lince Artes Gráficas S.L.U.

Índice

| | |
|---|------------|
| O. Introducción | 8 |
| Miguel Ángel Troitiño Vinuesa | |
| Primera Parte: Visiones e interpretaciones generales. | 19 |
| 1. Turismo, Patrimonio y Recuperación Urbana: Retos de Interpretación y de Gestión | 20 |
| <i>Miguel Ángel Troitiño Vinuesa</i> Universidad Complutense de Madrid | |
| 2. Turismo, Cambio Cultural y Patrimonio Mundial | 44 |
| <i>Nuria Sanz</i> Centro del Patrimonio Mundial. UNESCO. | |
| 3. Turismo y Ciudades Patrimonio de la Humanidad | 56 |
| <i>Peter Shackelford</i> Organización Mundial de Turismo | |
| 4. La Imagen Cultural y Turística de las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad | 72 |
| <i>Dolores Brandis García</i> Universidad Complutense de Madrid | |
| 5. Los Observatorios Turísticos: Un Instrumento Útil para la Planificación y Gestión Turística en Destino | 100 |
| <i>Maria García Hernández</i> Universidad Complutense de Madrid | |
| 6. Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de México: Experiencia Asociativa y Gestión del Turismo Cultural. | 116 |
| <i>Luís Felipe Cabrales Barajas</i> Universidad de Guadalajara (México). | |

| | |
|---|------------|
| Segunda Parte: Análisis de Casos | 139 |
| 7. Articulación Patrimonial de Granada: Albaicín, Alhambra y Centro <i>Pedro Salmerón Escobar</i> Arquitecto | 140 |
| 8. La Alhambra: El Lugar y el Visitante <i>Victoria Eugenia Chamorro Martínez</i> Patronato de la Alhambra y El Generalife | 162 |
| 9. Córdoba: Estrategias Patrimoniales y Turísticas en el Horizonte de la Capitalidad Cultural <i>Javier Lucena Domínguez</i> Oficina Capitalidad Cultural de Córdoba <i>Maria José Peña y David Luna</i> FIR Consultoría | 190 |
| 10. Toledo: Características y Problemáticas de un Destino Patrimonial <i>Miguel Ángel Troitiño Vinuesa</i> <i>Libertad Troitiño Torralba</i> Universidad Complutense de Madrid | 216 |
| 11. Santiago de Compostela: Políticas de Recuperación Urbana en Una Ciudad Patrimonio de la Humanidad. <i>Xosé Manuel Villanueva Prieto</i> Gerente del Consorcio de Santiago de Compostela. | 252 |
| 12. El Consorcio de la Ciudad de Cuenca y la Gestión de la Ciudad Histórica <i>Luís Esteban Cava</i> Gerente del Consorcio de la Ciudad de Cuenca | 264 |



Capítulo V: Los Observatorios Turísticos Locales. Un Instrumento Útil para la Planificación y la Gestión Turística en Destino¹

¹ El contenido de este texto forma parte del trabajo realizado en el marco del proyecto titulado “Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales”. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007). Ministerio de Educación y Ciencia. Referencia: SEJ2006-10898/GEOG. Años 2006-2009.

1. Introducción

Los “observatorios turísticos” constituyen un instrumento emergente de la política turística en sus diferentes niveles. Tienen como objetivo central el conocimiento en profundidad de las múltiples aristas del fenómeno turístico, especialmente el comportamiento de la demanda. Dicho conocimiento resulta básico para la administración pública a la hora de diseñar y desarrollar planes y programas de actuación sobre turismo. Es más, la política turística pública debería considerar como uno de sus ejes centrales de actuación la obtención de datos de forma real, sistemática y sintética, así como su difusión a los distintos agentes implicados en el sector (Valdés, 2003). A su vez, desde la perspectiva de la empresa privada, los observatorios ayudan a conocer los cambios en la demanda turística permitiendo una rápida adaptación de las estrategias competitivas de la oferta turística del destino. Finalmente y de forma paralela, ayudan a interiorizar las innovaciones introducidas por los creadores y comercializadores de viajes en tanto que intermediarios turísticos.

En la actualidad, más allá de las grandes operaciones estadísticas del estado en materia turística (FRONTUR, FAMILITUR, *Encuesta de Ocupación Hotelera*, etc), existen importantes lagunas de información que impiden el análisis profundo del sector turístico, fundamentalmente a escala local. Las lagunas son especialmente importantes en relación al comportamiento de la demanda turística: el perfil del visitante, sus hábitos turísticos, su nivel de gasto, el modelo de organización del viaje, etc. Por ello, este tipo de información, clave para la planificación y gestión de la actividad turística, constituye el gran reto que sustenta buena parte del desarrollo de los observatorios turísticos. Sin embargo, el conocimiento que se tiene sobre la oferta es ciertamente significativo, pues existen distintos registros administrativos que inventarían los establecimientos turísticos referidos al alojamiento, y existe bastante información -aunque dispersa- de las infraestructuras y equipamientos disponibles (palacios de congresos, centros de convenciones, etc.) así como de los recursos turísticos existentes (naturales, culturales, monumentales...).

En este contexto, resulta por tanto ineludible el diseño de sistemas complejos de recogida y tratamiento de información básica relativa al desarrollo de la actividad turística en sus múltiples aspectos: las características y evolución de la demanda (perfil del visitante, origen, motivaciones, comportamiento, etc.), la composición de la oferta, el papel de los agentes, la configuración de políticas públicas y su incidencia en el desarrollo turístico, etc.

2. Los observatorios turísticos existentes

Los observatorios turísticos constituyen una metodología de trabajo relativamente novedosa en el ámbito del turismo. En este sentido se ha pronunciado recientemente la Comisión de las Comunidades Europeas², así como otros organismos internacionales (Organización Mundial de Turismo, etc.). En España existen ya diversos sistemas de información turística u observatorios turísticos consolidados, además de un buen número de iniciativas en proceso de implantación. Su nivel de desarrollo, no obstante, difiere considerablemente. De esta manera todavía son pocos aquellos observatorios que son capaces de producir información de primera mano (sobre todo en relación al conocimiento de la demanda a partir de encuestas propias) y de generar informes y estudios específicos sobre temas de interés para su contexto territorial y turístico de referencia. En cambio encontramos muchas más iniciativas relacionadas con la difusión de los resultados que ofrecen registros administrativos (en relación a la oferta de establecimientos turísticos) y fuentes de ámbito nacional (como las diversas encuestas de ocupación de establecimientos de alojamiento que elabora el INE) bajo el recurso a la publicación de boletines de coyuntura o estadísticas de distinto tipo.

Sin ánimo de ser exhaustivo cabe destacar las siguientes iniciativas:

- A nivel nacional, por R.D. 1116/1998, de 8 de junio, se crea el *Observatorio del Turismo Español* (B.O.E. 17/06/1998), adscrito a la Secretaría General de Turismo (Ministerio de Economía).

- A nivel regional, destaca el *Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)*, el *Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)* y el *Observatorio de Turismo de Cataluña*. A esta escala territorial, aunque con menor nivel de detalle, algunas comunidades autónomas editan también boletines de coyuntura turística, si bien en su mayoría centrados sólo en los datos más básicos de evolución de la oferta de establecimientos de alojamiento y de restauración así como volumen de viajeros y pernoctaciones (Castilla y León, Extremadura).

- A nivel provincial, algunos Patronatos Provinciales de Turismo elaboran y editan ya boletines u observatorios turísticos; en algunos casos con encuestas de coyuntura de la demanda y estudios específicos incluidos. Tienen amplia tradición en aquellas provincias asociadas al producto turístico “sol y playa”, como son los casos del *Observatorio Turístico de la Costa del Sol en Málaga* (con más de diez años de andadura), el *Observatorio de la Costa Dorada de Tarragona*, o los *Observatorios turísticos de las provincias de Granada, Cádiz y Almería*. Su implantación es más recientes en las provincias de interior, como sucede con el Observatorio de Jaén y el Observatorio Turístico de Cuenca.

¹ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, COM (2001), DE 13 DE NOVIEMBRE, COMUNICACIÓN de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, “Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo”, Bruselas.

- De ámbito local están en marcha los Observatorios Turísticos de las ciudades de Ávila, Córdoba, Sevilla, Melilla y el Sistema de Información Turística de Santiago de Compostela y de Lugo. Han arrancado además muy recientemente también los de las ciudades de Salamanca y Pamplona (ambos sin datos editados hasta la fecha). En todo caso se trata de iniciativas todavía con escasa trayectoria, asociadas a la potenciación de la actividad turística como instrumento global de desarrollo urbano.

- Además existe un buen número de iniciativas diversas en diferente grado de consolidación. Por ejemplo, el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España ha puesto en marcha su propio observatorio turístico. Por otra parte los gobiernos regionales de Canarias y Madeira están desarrollando el Observatorio Turístico de la *Macaronesia* con financiación a cargo del programa comunitario Interreg III B (Proyecto Saturno). De forma paralela, la Diputación de Málaga (responsable del Observatorio de la Costa del Sol) ha propuesto la creación de un *Observatorio Turístico del Arco Latino Europeo* al objeto de recopilar diferente información (indicadores de oferta y demanda turística) y con el objetivo de elaborar una estrategia sostenible. A otro nivel, el gobierno municipal de Algeciras ha presentado el proyecto para la elaboración de un observatorio turístico del Campo de Gibraltar que estaría a cargo de la Fundación Municipal de Estudios Turísticos.

Todos los observatorios turísticos existentes se financian con fondos públicos procedentes de distintas escalas administrativas: Consejerías de Turismo, Patronatos Provinciales de Turismo, Diputaciones Provinciales, Ayuntamientos, Consorcios locales, etc. En las tareas de dirección y elaboración encontramos, sin embargo, diversas opciones:

- Existen observatorios dirigidos y elaborados por equipos de diversas Universidades. La complejidad del diseño de investigación justifica en la mayor parte de los casos la presencia de la institución universitaria y/o de otros centros de investigación. El *Sistema de Información Turística de Asturias* ha sido diseñado por la Universidad de Oviedo. La Universidad Complutense de Madrid (Departamento de Geografía Humana) se encarga de la dirección y realización del *Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila* y del *Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España*. La Universidad de Santiago de Compostela, a través del CETUR lleva a cabo el Observatorio de dicha ciudad y la Universidad Rovira i Virgili participa en el *Observatorio de la Fundación de Estudios Turísticos de la Costa Dorada*. En líneas generales, además del diseño marco del proceso de investigación, los centros universitarios dan soporte a nivel institucional a estas iniciativas y participan en los diseños operativos de las operaciones estadísticas y, en su caso, en diferentes trabajos de campo.

- En otros casos son empresas consultoras las encargadas de realizar los trabajos del observatorio. Así por ejemplo el *Observatorio Turístico de Córdoba* lo elabora la Sociedad de Estudios Económicos de Andalucía (ESECA).

- Finalmente también encontramos otras opciones como empresas mixtas o Fundaciones encargadas de la realización y puesta en marcha de los observatorios. Por ejemplo, la elaboración del Observatorio Turístico de la Costa del Sol que nace en 1993 por iniciativa del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, corresponde a la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), empresa dependiente de la Diputación Provincial de Málaga.

No obstante, sea cual sea la fórmula elegida, la cooperación es un elemento central en la estrategia de actuación de los Observatorios. Aunque el impulso corresponde a un agente privilegiado (departamento municipal, consejería del gobierno regional, fundación...), en el observatorio participan todos los agentes (públicos y privados) que conforman el entramado turístico de la zona. De estos agentes proviene buena parte de la información utilizada y a estos agentes revierte la totalidad del conocimiento adquirido. En este sentido, los observatorios pueden actuar como foros dinamizadores de la actividad turística de la zona.



Fuente: http://www.gencat.net/diue/turisme/observatori_turisme/index.html

3. Los observatorio turísticos. Objetivos y contenidos

Los llamados sistemas de información turística u observatorios turísticos constituyen instrumentos operativos nuevos que permiten profundizar en el conocimiento e interpretación del fenómeno turístico a escala local. Por ello, los objetivos básicos de todo sistema de información turística local se pueden resumir en dos aspectos clave:

- Subsanan los déficits actuales de información precisa, ordenada y continua sobre la actividad turística en general y su ámbito de actuación en particular.
- Dotar a los operadores y agentes de los principales destinos turísticos de la comunidad, públicos y privados, de un instrumento informativo y de seguimiento del mercado turístico local que pueda contribuir a la definición de su estrategia y a la planificación de sus inversiones.

Los observatorios turísticos se montan, pues, con la intención de obtener datos en tiempo real sobre el estado y coyuntura turística de cada nivel territorial (nacional, autonómico, provincial, comarcal, municipal), a efectos de suministrar información válida a la totalidad de los agentes turísticos que actúan en dicho nivel. Se trata de un conocimiento operativo, útil para la gestión (es decir para la toma de decisiones).

Conocer cuántos visitantes tiene un destino permite evaluar la capacidad de carga de las infraestructuras básicas de acogida. Conocer su procedencia permite orientar las campañas de comunicación y marketing. La duración de la estancia posibilita por su parte analizar la viabilidad de la puesta en valor turística de determinados recursos culturales. El conocimiento de la distribución temporal de la afluencia permite a su vez planificar la prestación de servicios y así un largo etcétera. No obstante, superando el ámbito de lo local, los sistemas de información turística u observatorios turísticos, proporcionan información que posibilitaría además el desarrollo del marco conceptual para la elaboración de una Cuenta Satélite del Turismo (CST) (Organización Mundial del Turismo, 1998). Un aspecto especialmente importante para poder realizar una cuantificación precisa sobre el papel que el turismo desempeña directa, indirectamente o de forma inducida sobre la economía en términos de: creación de valor agregado, empleo, renta personal, ingresos, etc.

Aunque los **contenidos** del trabajo realizado por los observatorios turísticos varían, es posible encontrar unas pautas comunes en los observatorios existentes en relación al planteamiento y organización de su trabajo. Idealmente, Massieu (2000) considera puntos esenciales que debe recoger todo sistema de información turística los siguientes:

- Conceptos básicos sobre la Estadística Turística
- Clasificaciones de productos y actividades turísticas
- Metodología de recogida de información (encuestas, registros administrativos, directorios y censos...) y almacenamiento (elaboración de bases de datos)
- Metodología de tratamiento de la información (análisis y proceso de datos)
- Difusión de la información (página WEB, informes, publicaciones específicas).

Ya sobre el terreno, el análisis de las iniciativas existentes permite diferenciar varios campos de trabajo preferentes:

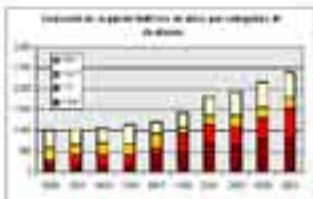
• **Oferta turística.** Datos de coyuntura: accesibilidad turística de los recursos culturales, capacidad y estructura del sector del alojamiento (hoteles y similares, campings, casas rurales, etc.), situación del sector de la restauración, estado y perspectiva de la oferta complementaria, etc.

Fuente: Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila (Nº 13, año 2007).

1. Datos de coyuntura turística.

ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN

Nota: En el año 2004 el sector de Ávila ha aumentado su oferta de alojamiento con la apertura de nuevos establecimientos de alojamiento y restauración. Destaca la apertura de dos nuevos hoteles: el Parthen, situado en el casco antiguo de la ciudad y el El Castillo de Cuatro estrellas (137 plazas). A ello hay que añadir la ampliación del Hotel los Alamos, con 40 nuevas plazas.



• **Demanda turística.** Datos de coyuntura: afluencia registrada en los principales hitos de atracción turística, solicitudes de información en las oficinas de turismo, datos de la *Encuesta de Ocupación de establecimientos de alojamiento (hoteles, turismo rural, campings, apartamentos turísticos)* del Instituto Nacional de Estadística, encuestas en destino (permanente o en relación a determinados de eventos), estudios de mercado en localidades de origen de los visitantes, etc.

| | ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA | | | | | |
|------------------------------|------------------------------------|--|--------------|---------|---------------|------------|
| | TOTAL | CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA | | | | |
| | NACIONALES | EXTRANJEROS | HOMBRES Y 2* | MUJERES | NO PERMANENTE | PERMANENTE |
| EDAD | | | | | | |
| Hasta de 18 años | 2,58% | 3,24% | 1,90% | 1,00% | 2,61% | 3,62% |
| 18 + 29 años | 31,05% | 29,14% | 33,08% | 41,01% | 49,73% | 31,16% |
| 30 + 39 años | 32,55% | 23,18% | 21,67% | 26,87% | 27,81% | 19,12% |
| 40 + 49 años | 17,74% | 18,21% | 16,73% | 24,38% | 6,09% | 19,52% |
| 50 + 59 años | 15,18% | 14,03% | 16,33% | 23,38% | 3,72% | 14,48% |
| 60 años y más | 10,91% | 11,51% | 19,22% | 10,49% | 13,04% | 13,64% |
| DURACIÓN ESTADIA | | | | | | |
| 1n Pernoctación | 75,65% | 82,18% | 32,03% | 0,00% | 0,00% | 100,00% |
| 1+2 noches | 57,30% | 55,60% | 60,98% | 78,61% | 84,35% | 0,00% |
| 3+7 noches | 14,30% | 12,95% | 15,91% | 20,40% | 15,65% | 0,00% |
| Más de 7 noches | 2,77% | 2,88% | 2,65% | 1,00% | 0,00% | 0,00% |
| Media | 1,96 | 1,88 | 2,03 | 2,06 | 1,81 | - |
| TIPO DE ALOJAMIENTO | | | | | | |
| Hoteles 3 y 4* | 41,88% | 45,60% | 51,81% | - | - | - |
| Hoteles 1 y 2* | 18,31% | 17,62% | 19,03% | - | - | - |
| Parador | 10,71% | 8,21% | 11,00% | - | - | - |
| Casa amigos o familiares | 10,17% | 15,54% | 8,24% | - | - | - |
| Resca | 11,41% | 12,95% | 13,01% | - | - | - |
| SECTOR RESERVA | | | | | | |
| Si | 68,13% | 52,01% | 34,62% | 88,22% | 64,35% | 41,32% |
| No | 36,87% | 47,99% | 25,38% | 10,49% | 35,65% | 58,68% |
| TIPO DE RESERVA | | | | | | |
| Viaje organizado por agencia | 10,00% | 28,87% | 29,59% | 38,12% | 27,09% | 36,84% |
| Alojamiento por agencia | 29,41% | 33,21% | 25,25% | 33,91% | 24,32% | 28,50% |
| Alojamiento directamente | 22,24% | 28,67% | 13,19% | 20,24% | 40,54% | 5,16% |
| Transporte por agencia | 23,33% | 11,67% | 31,82% | 20,44% | 10,81% | 40,11% |
| Transporte directamente | 12,06% | 8,43% | 4,62% | 7,71% | 22,92% | 14,04% |

Fuente: Boletín del Observatorio Turístico de Córdoba (Nº 04, año 2002).

• **Estudios e informes.** Estudios de mercados de origen, análisis monográficos sectoriales: turismo residencial, turismo de reuniones, turismo de estudios, vuelos de bajo coste, contratación por Internet...

La generación y tratamiento de la información de base que sustenta tanto el análisis de los datos de coyuntura turística a nivel local o regional, como la elaboración de estudios e informes monográficos específicos, lleva implícita la realización periódica de una serie de tareas que implican trabajo de campo (para la elaboración de información no disponible a escala local) y trabajo de gabinete (análisis y tratamiento de la información generada). Entre otras se hacen imprescindibles las siguientes tareas:

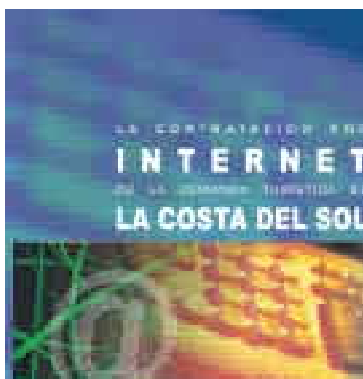
1. Recopilación de **datos de coyuntura turística**: datos de Ocupación Hotelera (INE), datos sobre la oferta hotelera (evolución, número de establecimientos, etc.), registros de visitantes de los principales recursos turísticos, registros de visitas / prestaciones realizadas en los equipamientos de información y acogida turística (OIT, aparcamientos,..)

2. Realización de una **encuesta a la demanda en destino**.

3. **Análisis monográficos sobre temas de interés y especial repercusión para el sector turístico local**: análisis de eventos turístico-culturales (exposiciones, ciclos de conciertos, etc.), nuevos equipamientos turísticos, iniciativas de interés turístico local (Plan de Calidad Integral en Destino, Plan de Excelencia Turística...), análisis de mercados específicos (turismo de reuniones,...), etc.

4. **Difusión de los resultados**. La razón de ser de la existencia de un sistema de información turística estriba en divulgación de una información de gran interés para los agentes del sector. Por tanto, la labor de difusión es fundamental. Esta difusión se realiza en dos niveles: a nivel interno, en relación a los agentes turísticos de la zona; y a nivel externo, en relación a un amplio universo de entidades turísticas o de otro tipo con quien interese mantener relaciones de ámbito institucional. En consonancia, los canales de comunicación utilizados también cubren un amplio rango. No obstante se suelen utilizar los siguientes medios:

- Elaboración de **boletines de coyuntura turística por temporadas** con los datos coyunturales más relevantes del sector turístico local. Suelen ser de periodicidad variable (trimestrales, cuatrimestrales, semestrales, etc.). Se suelen editar en papel y también en edición electrónica (colgados de las páginas WEB en formato pdf).
- Elaboración de **memorias anuales** en las que se recoge el resumen anual de los datos de coyuntura y la encuesta de la demanda más alguna monografía o informe específico tanto de oferta como de demanda relativo a distintas modalidades turísticas (el turismo de congresos, el turismo cultural, etc.).
- En ocasiones los observatorios cuentan con una **página WEB** propia del sistema de información de la que cuelgan los boletines e informes, datos estadísticos básicos así como noticias y enlaces de interés.



4. Análisis de experiencias consolidadas

A efectos de cubrir la demanda de información sobre la coyuntura turística de cada nivel territorial, durante los últimos años se han ido diseñando e implementando un conjunto de observatorios turísticos con objetivos y metodologías más o menos diferentes. En los epígrafes siguientes se realiza una presentación somera de algunos de los observatorios consolidados, indicando objetivos, agentes participantes y tareas realizadas.

Observatorio del Turismo Español

Por R.D. 1116/1998, de 8 de junio, se crea el **Observatorio del Turismo** español (B.O.E. 17/06/1998). Como aparece reflejado en su exposición de motivos, se trata de un órgano colegiado, consultivo y asesor en materia turística en el que están representados la totalidad de los agentes –públicos y privados- involucrados en la actividad turística: Administración General del Estado, Comunidades Autónomas, Entidades Locales, sectores empresariales y profesionales, organizaciones sindicales, Cámaras de Comercio, medios de comunicación social, representantes de los consumidores y usuarios y miembros del mundo académico y de la formación e investigación turística. El Observatorio actúa como órgano de información y estudio del sector turístico, con el objetivo de prestar asesoramiento para la mejora de la calidad y la competitividad turística. En concreto, las funciones asignadas son las siguientes:

- Producir información sobre asuntos concretos que incidan sobre el turismo y valorar la información existente, para lo que se podrá solicitar documentación a otras entidades, así como recabar asistencia técnica especializada.
- Elaborar informes y estudios sobre el seguimiento de las políticas desarrolladas por las administraciones públicas con incidencia sobre las empresas turísticas, así como de su impacto sobre las mismas, con el objetivo de mejorar su marco de actuación y potenciar la competitividad del sector turístico.
- Realizar informes y estudios sobre la evolución del sector turístico, tanto en relación con la oferta como respecto a la demanda, particularmente en cuanto a los problemas específicos que se detecten, al análisis de los cambios que se vienen produciendo y a las perspectivas de futuro, con el fin de seguir el pulso de esta evolución y proponer las medidas que se estimen oportunas.
- Elaborar un informe anual del turismo español que recoja lo más destacado de su evolución, así como de sus perspectivas.
- Elevar propuestas y proponer medidas concretas ante las administraciones competentes en cada caso, que puedan orientar el desarrollo, la ordenación y la promoción de la oferta turística española, con el objetivo de contribuir al incremento de la calidad de los productos y destinos turísticos.

- Servir de foro de diálogo, participación y colaboración de todas las Administraciones, instituciones y subsectores implicados en el turismo, en relación con los temas que les afecten.

Sistema de Información Turística de Asturias

El **Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)** está siendo desarrollado para el gobierno regional por la Universidad de Oviedo (Valdés, 2001). Constituye a escala regional uno de los ejemplos más desarrollados de este tipo de iniciativas tanto por su andadura (ya de varios años) como la amplitud de sus contenidos que abarcan la elaboración de boletines mensuales, estudios de la demanda en origen (mercados emisores) e informes anuales y temáticos (turismo rural, turismo de negocios, etc.). El grupo de la Universidad de Oviedo que ha desarrollado el SITA plantea a efectos operativos, el desarrollo de cuatro grandes bloques temáticos sobre los que articula el proceso de recogida y análisis de la información: análisis de la demanda turística, análisis de la oferta turística, análisis de la tasa de ocupación y análisis macroeconómico (Valdés, 2003). No obstante, se centran fundamentalmente en el análisis de la demanda en destino, a través de la realización sistemática de encuestas en las diferentes zonas turísticas del Principado de Asturias cuya explotación mensual dota de contenido los boletines mensuales. Además completan estos trabajos con la realización de análisis de la demanda en origen (encuestas a visitantes potenciales de los principales mercados emisores de visitantes a Asturias).

Observatorio Turístico de la Costa del Sol

El **Observatorio Turístico de la Costa del Sol** nace en 1993 por iniciativa del Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Su elaboración corresponde a la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), empresa dependiente de la Diputación Provincial de Málaga. Su objetivo consiste en aportar a las empresas del sector los datos reales y continuados en el tiempo de las características de la demanda turística de Málaga, a efectos de mejorar la competitividad turística del producto “Costa del Sol” y, por extensión, de toda la provincia.

El producto estrella del Observatorio es el *informe anual* que se viene publicando desde 1993. En este informe se exponen los resultados de una encuesta anual a la demanda donde se obtiene información sobre los siguientes parámetros:

- Demanda de alojamiento (*Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE) y otros datos sobre la afluencia de turistas a la provincia de Málaga (entradas en el aeropuerto...).
- Perfil socioeconómico del turista.
- Características de uso de las infraestructuras turísticas (tipo de viaje, duración de la estancia...).

- Expectativas y grado de satisfacción respecto al destino y a cada uno de los componentes de dicho destino (alojamiento, restauración...).
- Organización de la visita, factores que influyen en la elección del destino y evaluación de destinos competitivos.
- Fidelidad a la Costa del Sol.
- Visitas al interior.

Observatorio Turístico de la ciudad de Ávila

En el año 2002 se puso en marcha el “**Observatorio Turístico de la ciudad de Ávila**”, por entonces dentro del programa de actuaciones del Plan de Excelencia Turística. El objetivo de este proyecto es recoger y procesar a tiempo real toda aquella información que permita a los responsables municipales y agentes locales medir y evaluar la evolución del sector turístico de la ciudad. Actualmente el Observatorio Turístico se lleva a cabo mediante un convenio entre el Ayuntamiento de Ávila y la Universidad Complutense de Madrid (Grupo de Investigación “Turismo, patrimonio y desarrollo”). Este observatorio cumple las siguientes funciones:

- Creación y mantenimiento de bases de datos con información de coyuntura turística relativa al ámbito de la demanda (EOH, registros de visitas, encuestas realizadas en destinos) y al ámbito de la oferta (hoteles, restaurantes, equipamientos turísticos, eventos culturales, etc.)
- Realización con carácter periódico de los análisis básicos que ilustran el diagnóstico de la situación del sector y el balance comparativo de su evolución.
- Desarrollo de trabajos específicos sobre eventos de repercusión turística: Exposición “Edades del Hombre” (año 2004), Exposición “Celtas y Vettones” (año 2001), Balance turístico de las Jornadas Medievales de Ávila (años 1997-2006), etc.
- Análisis en profundidad de temas monográficos relacionados con el sector: turismo de reuniones (años 2005 y 2006), turismo de la lengua (año 2006), seguimiento del SICTED, funcionamiento de nuevas infraestructuras y equipamientos turísticos, aniversario del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, etc.
- Elaboración del *Boletín Informativo del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila*, del cual se han editado hasta la fecha (febrero de 2007) trece números.

Observatorio Turístico de Córdoba

El **Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba** tiene como fundamento convertirse en una plataforma de generación y recopilación de información sobre la situación de la actividad turística en la ciudad, con objeto de servir tanto a los agentes públicos como privados de un instrumento de análisis y seguimiento del mismo. Los

ámbitos de trabajo son los siguientes:

- Oferta turística: atractivos turísticos locales (patrimonio, museos, actividad cinegética y de naturaleza, turismo de ferias y similares, nuevas modalidades de turismo) y oferta de establecimientos turísticos (hoteles, restaurantes).
- Demanda turística: viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros, visitas a centros de interés turísticos (museos, monumentos, etc.), informaciones solicitadas en las oficinas y puntos de información turística, celebración de congresos, transportes... Además se aportan los resultados de una encuesta a la demanda turística de la ciudad en destino (perfil del visitante, caracterización del viaje y la estancia, niveles de satisfacción).

El Observatorio arranca en el año 2002 con la publicación del *Libro Blanco del Observatorio Turístico de Córdoba*. De hecho, constituye una extensa radiografía del turismo de la ciudad que sirve de base para los análisis de coyuntura realizados con posterioridad. En este sentido, cada trimestre se edita un boletín de coyuntura que presenta datos y reflexiones puntuales sobre la evolución de la actividad en el periodo de referencia. En este sentido, se manejan datos provenientes de los diferentes registros disponibles (museos, INE, etc.) así como los resultados de la encuesta de coyuntura a la demanda turística de la ciudad (lugares de procedencia, motivo de la visita, gasto medio diario, satisfacción con la ciudad y un largo etcétera).

Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

El Observatorio Turístico de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España se pone en marcha en el año 2006 mediante un convenio entre el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España y la Universidad Complutense de Madrid (Grupo de Investigación “Turismo, patrimonio y desarrollo”). El propio Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, a través de su Club de Producto, planteaba la necesidad de dotarse de un observatorio en tanto que instrumento informativo y de seguimiento del mercado turístico a nivel general (y en perspectiva comparada) que le sirviera en la definición de estrategias de actuación a medio y largo plazo.

Desde sus inicios el trabajo del observatorio se articula en tres grandes ejes:

1. La creación y mantenimiento de una base de datos de coyuntura turística que permita recoger (con criterios homogéneos y a partir de fuentes de información oficiales) datos desagregados de las trece ciudades miembros relativos a algunos parámetros clave del desarrollo de la actividad turística: 1. Oferta de alojamiento y equipamientos varios (servicios de información turística, reuniones y congresos, empresas de receptivo...);
2. Demanda turística (demanda de alojamiento, consultas de servicios de información

turística, registros de visitas,...); 3. Planificación y gestión turística (tipos de entidades locales de gestión, plantillas, presupuestos, actividades realizadas,...).

2. La potenciación del trabajo en red con los técnicos de turismo municipales para poder implantar metodologías comunes. De esta manera, se trabaja en este ámbito para buscar la homogeneización de los protocolos de recogida de información local (ya sea la información que se recoge en los servicios turísticos directamente gestionados por la administración local, como la información que generan los distintos observatorios turísticos locales o los *convention bureaux*) al objeto de facilitar el análisis comparado de los datos que aportan las ciudades.

3. La realización de estudios monográficos específicos para aquellos aspectos que revisten especial interés para la actividad promocional del Grupo: turismo idiomático, valoración del impacto de actuaciones promocionales, canales de comercialización turística, etc.

Constituye este observatorio una experiencia pionera de trabajo en red, que pese a las dificultades operativas del trabajo conjunto y a distancia, ha generado ya un primer documento base (con un análisis comparado en profundidad de la situación turística de estas ciudades) y una publicación que sintetiza los principales resultados del trabajo del primer año de andadura del observatorio (*La situación turística del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad: bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico*). El observatorio generará anualmente un boletín de coyuntura turística de cara a su difusión.

5. CONCLUSIONES

Los observatorios turísticos nacen para dar respuesta a una necesidad básica de información sobre parámetros clave de la evolución del sector turístico en aquellas escalas espaciales que no cubren de manera precisa las grandes operaciones estadísticas del Estado. El conocimiento de primera mano sobre la realidad turística local mejora la base sobre la que se toman decisiones que tienen que ver con el sector (mercados prioritarios para las campañas de comunicación, dimensionamiento de la capacidad de las infraestructuras de acogida, actuaciones de adecuación de producto patrimonial, etc.). Su articulación, sin embargo, no es sencilla, requiere montar equipos multidisciplinares y contar con un presupuesto que permita la implantación de sistemas propios de recogida de datos (que resultan muy caros). Actualmente, el panorama a nivel del estado pone de manifiesto la existencia de un cierto número de observatorios turísticos, algunos ya muy consolidados. No obstante, a nivel global todavía se detecta un grave déficit de iniciativas relacionadas con la generación, tratamiento y explotación de información “turística” a escala local, especialmente “grave” si se tiene en cuenta que trabajamos sobre territorios de larga trayectoria turística.

Bibliografía

Ayape Amigot, F. (2002), *El Observatorio Turístico, Herramienta para la Planificación*. Jornadas Técnicas EXPOTURAL 2002.

Ayuntamiento de Ávila (2002-2007), *Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila*. Números 1 -13.

CISSET (2003). “Osservatorio su comporamento di spesa e soddisfaziones dei turisti nella provincia di Venezia”. Documento electrónico. (<http://helios.unive.it/~ciset/>)

De Castro Puente, M. A. (2000). “Las estadísticas de turismo del INE en la actualidad: 1994-2000”. *Estudios Turísticos*, nº 144-145. Pp. 75-102.

Massieu, A. (2000). “Sistema de Estadísticas de Turismo”. *Fuentes Estadísticas*, nº 45. Pp. 6-7.

OMT (1998). *Cuentas Satélite de Turismo (CST). Marco conceptual*. Ed. OMT. Madrid.

ONU, OMT (1993). “Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo”. *Informes Estadísticos*, serie M, nº 83. Nueva York.

Santos Xolla, X. (2008). “El observatorio turístico de Santiago, una herramienta para la gestión eficaz del destino”. En *Destinos Turísticos; viejos problemas ¿nuevas soluciones?*. *Actas del X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (AGE)*. Universidad de Castilla- La Mancha. Pp. 117-125.

Troitiño Vinuesa, M.A; M. de la Calle Vaquero; M. García Hernández; L. Troitiño Torralba (2007). *La situación turística del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad: bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico*. Edita: Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y Universidad Complutense de Madrid.

Valdés Peláez, L. y E. Torres Manzanera (2003). “Los sistemas de información turística en la detección de nuevas tendencias de ocio y turismo: el caso de Asturias”. En *VI Congreso AECIT. Nuevas tendencias de ocio y turismo: su especial problemática en destinos singulares*. AECIT. Jaén. Pp. 153-160.

Valdés Peláez, L. (dir) y **Ballina Ballina, F.J.** (coord.) (2001). *El turismo en Asturias en 2000*. Sistema de Información Turística de Asturias. Consejería de Industria, Comercio y Turismo. Gijón.

Vera, J.F. y Navalón, M.R. (2000). “Un centro de investigación turística en la comunidad valenciana: la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos. Otras experiencias para la investigación en turismo”. *Estudios Turísticos*, nº 144-145. Pp. 125-154.

DIRECCIONES WEB _ Observatorios Turísticos (España)

Sistema de Información Turística de Asturias
<http://www.sita.org/>

Observatorio de Turismo de Cataluña

http://www.gencat.net/diue/turisme/observatori_turisme/index.html

Observatorio Turístico de la Costa del Sol (Patronato Provincial de Turismo)

<http://www.webmalaga.com/turismo/estudios/observatorio/>

Observatorio Turístico de la Costa Dorada (Fundación de Estudios Turísticos de la Costa Dorada)

www.observatoricostadaurada.com

Observatorio Turístico de la Provincia de Granada (Patronato Provincial de Turismo)

<http://www.turgranada.es/observatorio-turistico/observatorio-turistico.php>

Observatorio Turístico de la Provincia de Jaén (Diputación Provincial)

<http://www.dipujaen.com/publicaciones/otj/>

Observatorio Turístico de la Provincia de Cádiz (Patronato Provincial de Turismo)

<http://www.cadizturismo.com/observatorio>

Observatorio Turístico de la Provincia de Cuenca

<http://www.turismocuenca.com/DesktopDefault.aspx?tabID=7251>

Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila

<http://www.avilaturismo.com/profesional/boletines/>

Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba

http://www.turismodecordoba.org/observatorio_turismo.asp

Observatorio Turístico de la Ciudad de Sevilla

http://www.turismo.sevilla.org/documentos/observatorio/Tablas_Anuales_2005.pdf

Observatorio Turístico de la Ciudad de Melilla

<http://www.observatoriomelilla.org/observatorio.aspx>

Sistema de Información Turística de Extremadura.

<http://www.bme.es/juntaex/consejerias/opt/dgt/boletinessitex.htm>

Boletín de Coyuntura Turística de la Junta de Castilla y León

http://www.jcyl.es/jcyl-client/jcyl/cict/dgt?locale=es_ES&textOnly=false