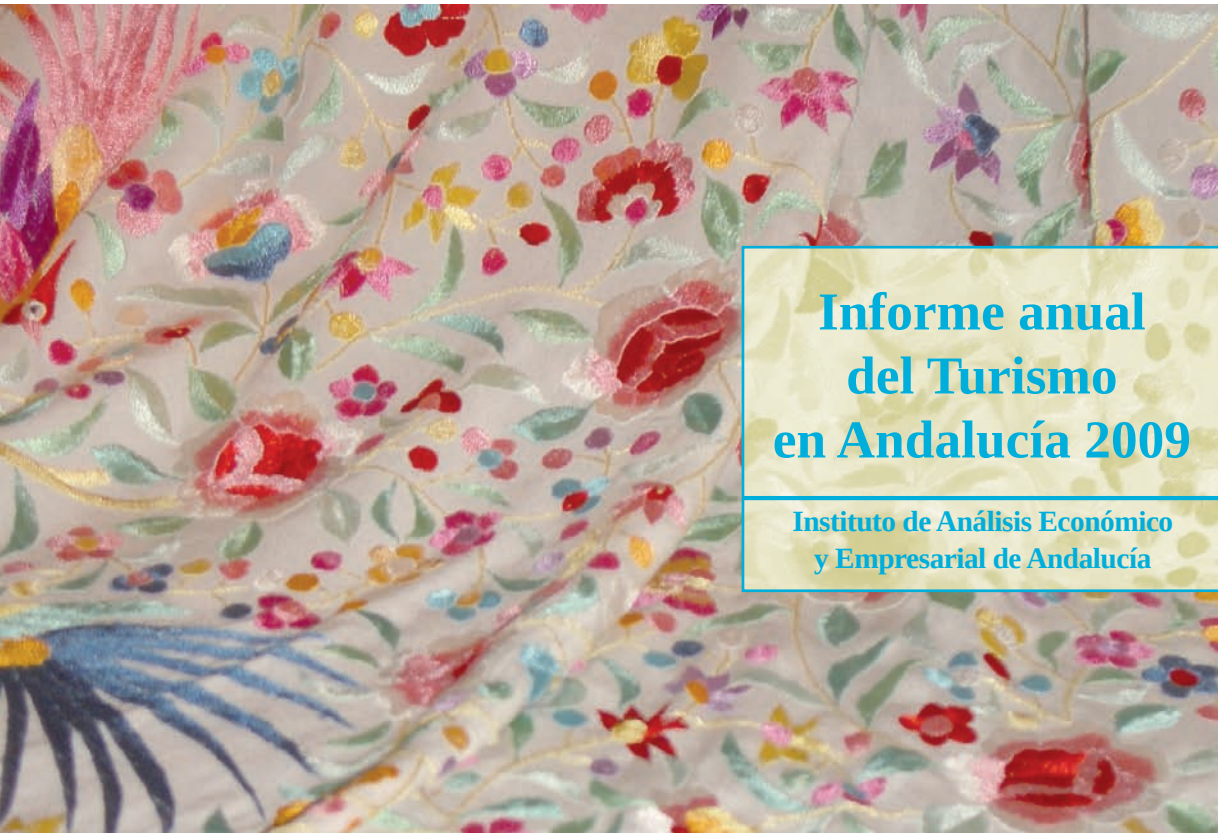


# Informe anual del Turismo en Andalucía 2009

Instituto de Análisis Económico
y Empresarial de Andalucía

Unicaja

# Informe Anual del Turismo en Andalucía 2009

Instituto de Análisis Económico
y Empresarial de Andalucía

Unicaja

DIRECCIÓN:

FRANCISCO VILLALBA CABELLO

EQUIPO DE TRABAJO:

PEDRO RAYA MELLADO (DIRECTOR TÉCNICO)
JOSÉ ANTONIO MUÑOZ LÓPEZ (COORDINADOR)
FELISA BECERRA BENÍTEZ
ANTONIO CAPARRÓS RUI
SILVIA PÉREZ JIMÉNEZ
SALVADOR PÉREZ MORENO
MÓNICA RIVERA GONZÁLEZ

TRABAJO DE CAMPO:

CRISTINA DELGADO REINA
ROSA Mª DÍAZ MONTAÑEZ
JOSÉ ALBERTO PÉREZ GUIRADO
SILVIA PÉREZ JIMÉNEZ

ELABORACIÓN:

INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA

C/ Molina Lario, 13-5º. 29015 Málaga
Teléfono: 952 22 53 05. Fax: 952 21 20 73
e-mail: iaeea@centraldebalancesdeandalucia.org
www.institutoaeea.org

PATROCINADORES:

Unicaja

I.S.S.N.: 1887-3499
Depósito Legal: MA-1.701-2006

© INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA, 2010.

***Reservados todos los derechos. Queda prohibido reproducir parte alguna de esta publicación, su tratamiento informático o transcripción por cualquier medio electrónico, mecánico, reprografía u otro, sin el permiso previo y por escrito del editor.*** *Se permite la reproducción para fines docentes o sin ánimo de lucro, siempre que se cite la fuente. Las colaboraciones firmadas incluyen opiniones de los autores que no son, necesariamente, las de UNICAJA o Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

# Índice


PRESENTACIÓN ..... 8

1. INTRODUCCIÓN ..... 11

2. COYUNTURA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA ..... 19

2.1 Turismo nacional e internacional ..... 21

2.2 Coyuntura turística regional ..... 26

3. ACTIVIDAD TURÍSTICA POR SECTORES ..... 47

4. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA ..... 69

5. COMPORTAMIENTO DEL EMPLEO ..... 99

6. PERSPECTIVAS TURÍSTICAS ..... 113

7. IMPACTOS ECONÓMICOS DEL GASTO TURÍSTICO ..... 131

7.1. Impactos sobre la producción total y sobre el valor añadido bruto... 133

7.2. El impacto sobre las importaciones y sobre la remuneración de asalaridos ..... 145

8. SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA ..... 155

8.1 Perfiles del turista según destino de litoral, interior y de ciudad ..... 157

8.2 Modelos de segmentación de la demanda ..... 162

9. ESTACIONALIDAD, CICLO Y TENDENCIA ..... 187

9.1 Estacionalidad ..... 189

9.2 Tendencia y ciclo ..... 207

ANEXO: CUESTIONES METODOLÓGICAS Y NOTAS EXPLICATIVAS ..... 217

*Unicaja, fiel a su compromiso con la sociedad, promueve la generación y difusión de conocimiento como condición necesaria para el desarrollo social y económico a medio y largo plazo. Bajo esta motivación se enmarca el convenio de colaboración con la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía para acometer proyectos de investigación en el ámbito del turismo.*

*La convicción de que el futuro está ligado al saber y al saber hacer queda de manifiesto con el Informe Anual del Turismo en Andalucía 2009 que, en su quinta edición, continúa siendo la más completa y rigurosa aproximación al sector tanto por el análisis y diagnóstico de la situación como por la capacidad para aportar información propia y novedosa de la actividad turística. En este sentido, debe destacarse el estimable esfuerzo por conocer y valorar la opinión de los empresarios del sector, así como la fortaleza y rigor metodológico de las estimaciones y previsiones sobre el comportamiento de la actividad turística que, junto a lo anterior, constituyen una información exclusiva y, en consecuencia, muy valiosa para los agentes con interés y responsabilidades en el ámbito turístico.*

*En esta edición, el Informe recoge un cambio sustancial en el enfoque del análisis realizado, ya que el tradicional esquema territorial vinculado a la provincia se sustituye, siempre que la información lo permite, por el de los destinos turísticos,*

*es decir, el vinculado al turismo de litoral, urbano o de interior, recogiendo de esta forma toda la diversidad que ofrece Andalucía como enclave turístico de prestigio mundial.*

*Para Unicaja representa una gran satisfacción contribuir, con este trabajo, al fortalecimiento, mejora y desarrollo del conocimiento turístico de Andalucía, en el firme convencimiento de que para los agentes socioeconómicos vinculados al sector será un instrumento de utilidad.*

*BRAULIO MEDEL CÁMARA*
*Presidente de Unicaja*

# Introducción

Capítulo 1

# 1. INTRODUCCIÓN.

La edición actual del Informe Anual del Turismo en Andalucía se presenta con un formato bastante diferente del habitual, con una estructura configurada en torno a 9 capítulos. El cambio introducido no sólo es de carácter formal, también viene acompañado de modificaciones de orden material. En principio, la finalidad de tales reformas es reforzar el contenido del Informe Anual como análisis de coyuntura y diseñar el informe de manera que transmita de una forma más directa los resultados del año turístico al lector.

Hasta este momento, con el informe se cubría una amplia gama de enfoques en el análisis de la situación turística. A la tradicional separación entre la demanda y la oferta turística se agregaba el punto de vista de las tipologías turísticas. Se aprovechaba la información suministrada por la Encuesta al Sector Turístico y se distinguían las siguientes tipologías: turismo de sol y playa, turismo cultural, turismo rural y de naturaleza, de negocios y reuniones y turismo deportivo. Ahora se ha introducido también el enfoque por destinos turísticos: de litoral, urbano o de ciudades y destino de interior. Con la particularidad de que la perspectiva de los destinos turísticos se convierte en un hilo conductor importante que articula el informe.

Para ello se han incorporado cambios en los instrumentos propios de análisis. El Indicador Sintético de Actividad Turística (ISAT) ofrece, junto a la tradicional división por sectores, datos por destinos turísticos. Y en la Encuesta al Sector Turístico, las opiniones empresariales se agrupan también por destinos: litoral, ciudades e interior. En la división por sectores se simplifica a tres grupos, hoteles, casas rurales y agencias de viajes, dándole un fuerte protagonismo al sector hotelero. La filosofía es la de describir la coyuntura turística de forma que se estime el resultado del conjunto del sector turístico y se capten los matices en esta evolución según los destinos turísticos. Esto constituye una aportación novedosa en el análisis de la coyuntura turística regional.

En la Encuesta al Sector Turístico se ha introducido un mayor número de variables relacionadas con la marcha del negocio a lo largo del año, mejorando

la información sobre las expectativas del sector en función de dichas variables. Además, se ha calculado un indicador global de situación de la actividad de las empresas turísticas, con un rango entre -100 y +100, para la situación en 2009 y las expectativas en 2010. Y preguntas específicas sobre la posible salida de la crisis actual.

El estudio sobre estacionalidad, tendencia y ciclo de la actividad turística, la segmentación de la demanda y el análisis de los impactos económicos del turismo pasan a formar parte, con carácter permanente, del informe. Al final del documento se puede consultar el Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

Los efectos de la crisis económica y financiera han sido notorios en 2009, sobre todo en términos de producción y de empleo. Aunque buena parte de los países industrializados superaban la fase de la recesión a lo largo del año.

La demanda turística se ha visto afectada por tales circunstancias y las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial cayeron en un -4 por ciento. En Europa aún fue mayor el retroceso, del -6 por ciento. Y en España se elevó hasta el -8,7 por ciento aunque el país se mantiene como tercer destino turístico del mundo y recibió 52,23 millones de turistas. El deterioro de la demanda turística ha sido motivado, en gran medida, por los efectos de la recesión económica pero hay que tomar en consideración que el cambio de tendencia en las llegadas de turistas internacionales a España se produjo a partir del año 2005.

El número de viajes de los turistas residentes que tuvieron como destino España en 2009 fue de 159,04 millones y evolucionó de forma positiva, con un crecimiento moderado del 0,9 por ciento. Esto constituye una manifestación de la tendencia a viajar a lugares más próximos a sus hogares por parte del turista, tal como detecta la OMT. El turismo interno se ha mostrado resistente a la crisis y supone una cierta compensación frente a la caída de la demanda extranjera.

Andalucía recibió en 2009 un total de 22,9 millones de turistas, lo que se traduce en una disminución del -12,1 por ciento respecto al año anterior. Con lo cual, en 2009 se ha acentuado el efecto de la crisis sobre la demanda turística. Las pernoctaciones en establecimientos hoteleros sufrieron un descenso del -7,9 por ciento. Pero el comportamiento del sector ha sido bastante diferente según el destino, oscilando entre una evolución relativamente mejor de los establecimientos localizados en destinos de ciudad, del -3,2 por ciento, frente a una fuerte disminución en los destinos de interior, del -17 por ciento; mientras que los destinos de costa registraron un -8,1 por ciento. Otras variables confirman la evolución negativa del sector: el empleo en hostelería y agencias de viajes registró una tasa anual de variación del -4 por ciento y el tráfico aéreo de los aeropuertos andaluces una tasa del -10,6 por ciento.

El Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía (ISTA) detecta una disminución de la actividad turística del -4 por ciento en 2009 como consecuencia de la recesión, muy similar a la de España (-3,8 por ciento). Desde el IV trimestre de 2007 comienzan las variaciones intertrimestrales negativas del ISTA y la máxima caída se alcanza en el IV trimestre de 2008, desde este momento las variaciones intertrimestrales empiezan a ser menores y se estabilizan en el IV trimestre de 2009. Esta evolución marca el nivel de máximo deterioro y muestra el inicio de una cierta recuperación a finales del año 2009.

Por destinos, el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía señala el destino de litoral como el que recibe un mayor impacto negativo durante 2009, con disminución de la actividad del orden de un -4,2 por ciento. Los relativamente menos afectados son los destinos urbanos, capitales de provincia, con una tasa del -2,7 por ciento. Y en una situación intermedia se encuentran los destinos de interior, con una evolución del -3,7 por ciento.

Las opiniones empresariales, según la Encuesta al Sector Turístico, otorgan un valor de 2,6 sobre 5 al comportamiento del sector turístico en 2009. La valoración media desde 2005 disminuye de forma progresiva y en todos los años presentó valore superiores a 3 puntos. Las opiniones más negativas se

dan entre las empresas turísticas que operan en los destinos de interior (2,5) y en los destinos de litoral (2,5); mejor valoración se detecta en los destinos de ciudad (2,7). Por sectores, el sector hotelero es el que percibe de forma más negativa el año turístico de 2009 con una puntuación de 2,5, frente a 3 de las agencias de viajes y de 2,7 de las casas rurales.

El balance del año 2009 para el conjunto del sector turístico andaluz ha sido negativo en todas las variables relevantes de la actividad empresarial, en especial sobre las ventas y los beneficios que descienden en promedio un -10,3 por ciento y un -10 por ciento respectivamente. La expectativa sobre el año 2009, según el indicador sintético de situación de la actividad de las empresas turísticas, se estima en un valor del -21 (en un rango entre -100 y +100), lo que indica una caída notable del ritmo de actividad. Por destinos, los valores del indicador global son los siguientes: destino de interior (-11), destino de ciudad (-5,1) y destino de litoral (-2,1).

En cuanto a las perspectivas turísticas para 2010, el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía (ISTA) adelanta un crecimiento del 0,4 por ciento para Andalucía y del 0,5 por ciento para el caso de España. Además, según el ISTA se espera para 2010 un mayor ritmo de crecimiento de las actividades turísticas en los destinos urbanos, con un incremento anual del 1,1 por ciento frente al 0,2 por ciento de los destinos de litoral. Mientras que persistirá una evolución negativa, aunque prácticamente estable, en los destinos de interior, del -0,2 por ciento.

Y según las opiniones de los empresarios, la Encuesta al Sector Turístico avanza que las expectativas para 2010 indican una cierta estabilización de la actividad: un 43,4 por ciento de los empresarios estiman que las ventas se mantendrán y un 27,6 por ciento esperan un ligero aumento de las ventas. Y la mayoría de las empresas del sector (75,7 por ciento) opinan que el número de trabajadores se mantendrá, al igual que el precio de venta. Estas expectativas son algo más positivas en los destinos de ciudad, sobre todo las de aumento de las ventas y los beneficios. El sector hotelero se pronuncia en términos de estabilización de su actividad para el año 2010.

Las expectativas globales del sector para 2010 se reflejan en el valor del indicador sintético de expectativas de -16,2 (en una escala del -100 al +100). Y el conjunto del sector no espera una recuperación hasta al menos en el año 2012 según el 31,1 por ciento de los empresarios y con posterioridad a 2012 en un 38,4 por ciento de los casos. Entre las empresas que operan en los destinos de litoral las opiniones se mueven en línea con lo comentado para el conjunto del sector. Para el sector hotelero predomina la opinión de que la recuperación de la crisis será lejana, un 40,8 por ciento de los empresarios señala la fecha posterior a 2012.

# Coyuntura turística de Andalucía

Capítulo 2

# 2. COYUNTURA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA.

## 2.1. Turismo nacional e internacional.

Los impactos de la crisis económica y financiera se han dejado notar durante 2009 aunque buena parte de los países industrializados han superado la fase de la recesión a lo largo del año. La coyuntura económica experimentó una mejora relativa en la última parte del año, en el caso de España el PIB moderó su tasa de caída y en el primer trimestre de 2010 volvió a una tasa de crecimiento intertrimestral positiva.

En este sentido, las economías de los principales países emisores de turistas hacia España y Andalucía parecen abandonar la recesión aunque existen ciertas incertidumbres sobre la consolidación y el ritmo de la recuperación. En todo caso, en 2009, los efectos de la crisis en términos de producción y empleo han sido notorios. El PIB del conjunto de la zona euro[1] disminuyó un -4 por ciento (en Alemania -4,9 por ciento y en España -3,6 por ciento), en el Reino Unido -4,9 por ciento, en EEUU un -2,4 por ciento y en el conjunto de países de la OCDE en -3,3 por ciento. La economía andaluza cayó un 3,5 por ciento.

Indudablemente, la evolución de la demanda turística en 2009 se ha visto afectada por estas circunstancias. Las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial[2] disminuyeron un -4 por ciento (con la particularidad de que en el último trimestre del año creció en un 2 por ciento) y se estima que los ingresos por turismo se redujeron en un -6 por ciento. En Europa la caída en el número de llegadas de turistas internacionales fue del -6 por ciento, siendo relativamente mejores los resultados en los países de Mediterráneo (-4,7 por ciento).

Las llegadas de turistas internacionales a España[3] en 2009 ascendió a 52,23 millones de turistas, lo que implica un descenso del -8,7 por ciento respecto al

1 Los datos proceden del BCE, INE y OCDE. Recogidos en la página web del Banco de España como "Indicadores económicos".
2 Según la OMT. Barómetro OMT del turismo mundial. Volumen 8, nº 1. Enero 2010.
3 Frontur, 2009. Movimiento turístico en frontera. Instituto de Estudios Turísticos (IET).

año anterior. Los efectos de la crisis sobre la actividad turística se han dejado sentir en mayor medida en el año 2009, ya que en 2008 la tasa de variación anual fue del -2,5 por ciento. De este modo, España se coloca como tercer destino turístico del mundo en 2009, tras Francia y EE.UU.

Como se señala en el Instituto de Estudios Turísticos[4], la cifra absoluta de llegadas de turistas internacionales a España en 2009 es muy relevante puesto que supone mantener la demanda turística en niveles del año 2004, catalogado como un buen año turístico. Esta institución opina que este resultado es importante en cuanto que refleja la fortaleza internacional del turismo español.

Por nacionalidades, los principales emisores de turistas a nuestro país se han visto especialmente afectados al disminuir en un -15,5 por ciento la llegada de turistas procedentes del Reino Unido y en un -11,3 por ciento los procedentes de Alemania, en el caso de Francia el comportamiento ha sido menos negativo (-2,9 por ciento). Las tres nacionalidades citadas concentran el 57,9 por ciento del flujo de turistas internacionales que visitaron España en 2009.

Realmente el cambio de tendencia en las llegadas de turistas internacionales se produjo en el año 2005 que acabó con un incremento anual positivo del 6,6 por ciento, la desaceleración en el crecimiento se produce en 2006 (3,7 por ciento) y 2007 (1,1 por ciento) y continua con los valores negativos comentados en 2008 y 2009.

El gasto de los turistas internacionales[5] en España se cifra en 48.242 millones de euros, un -6,7 por ciento inferior al del año anterior; en 2008 esta variable resistió a la crisis y se mantuvo con una tasa positiva moderada, del 0,8 por ciento. La disminución del gasto ha sido muy desigual por nacionalidades, entre los principales emisores es el de los turistas del Reino Unido el que sufre un mayor deterioro, del 17,8 por ciento; mientras que las caídas del gasto de los turistas

4 IET (2010) Balance del turismo. Año 2009.
5 Egatur, 2009. Encuesta de gasto turístico. IET.

de Alemania y de Francia fue aproximadamente del -6,5 por ciento en cada caso. Los turistas procedentes de estos tres países realizaron el 50,8 por ciento del gasto total de los turistas internacionales que visitaron España en 2009.

El número de viajes de turistas residentes[6] en 2009 fue de 171,90 millones de viajes, de los cuales 159,04 millones tuvieron como destino España. La OMT señala que en 2009 los turistas tendieron a viajar a lugares más próximos a sus hogares y que, en consecuencia, el turismo interno había resistido mejor la crisis. En España esta tendencia se manifiesta en que la evolución del número de viajes de los turistas residentes con destino España logró un crecimiento anual modesto pero positivo, a una tasa del 0,9 por ciento. De hecho, el turismo interno también registró un buen comportamiento en 2008 con un incremento anual del 8,6 por ciento, lo cual implica que este segmento de la demanda turística no ha sufrido impactos negativos durante la recesión, en cierta medida compensa o limita el deterioro sufrido por el turismo internacional.

En cuanto al empleo generado por las actividades turísticas[7] en 2009, la industria turística española dio ocupación a 2.143.119 personas y su tasa de variación anual fue del -18,3 por ciento; no obstante, en el segmento de hostelería el empleo alcanzó a 1.421.182 trabajadores y registró una evolución comparativamente mejor, con una variación anual del -2,2 por ciento respecto al año anterior. En 2009 se rompe la resistencia que había mostrado el empleo en el sector turístico frente a la crisis económica en el año 2008, con tasas de crecimiento reducidas pero positivas (del 1,8 por ciento para la industria turística y del 0,1 por ciento en hostelería).El periodo 2003-2006 se caracterizó por tasas anuales positivas y crecientes, desde el 3,2 por ciento del primer año al 8,6 por ciento del último año. A partir de 2006, el crecimiento del empleo se desacelera en 2007 (3,4 por ciento), se estanca en 2008 (0,1 por ciento) y se llega a la actualidad con una tasa negativa (-2,2 por ciento).

6 Familitur, 2009. Encuesta de movimiento turístico de los españoles. IET.
7 INE e IET. A partir de datos de la Encuesta de Población Activa.

La demanda turística española[8] en 2009 presenta algunas características que interesa resaltar:

- El gasto medio por persona del turismo internacional (926 euros) se elevó un 2,2 por ciento respecto al año anterior.

- La estacionalidad, con ligeros descensos graduales en la época estival, persiste. El 35,3 por ciento de los turistas internacionales realizan su viaje entre los meses de julio y septiembre y el 31 por ciento de los turistas residentes.

- Domina, como motivo de la visita, el ocio y las vacaciones, en el 80 por ciento de los turistas internacionales y en el 54,1 por ciento de los turistas residentes.

- El medio de transporte más empleado entre los turistas internacionales es el avión (77,1 por ciento) y entre los turistas residentes el coche (79 por ciento).

- El hotel es el modo de alojamiento predominante entre los turistas internacionales (61,2 por ciento) y entre los turistas residentes el alojamiento extra hotelero (82,7 por ciento).

- Mayor protagonismo de la organización de forma particular del viaje, sólo el 27,2 por ciento de los turistas internacionales y el 2 por ciento de los turistas residentes contratan paquetes turísticos.

- Se mantiene alto el grado de satisfacción del turista internacional (7,7 puntos). Los conceptos relativamente mejor valorados son el alojamiento y la gastronomía (8,3) y el peor los precios (6). Y el grado de satisfacción es aún mayor entre los turistas británicos (8,5), alemanes (8,2) y franceses (8,1).

8 Según datos de Frontur, Egatur y Familitur. IET.

En términos de PIB turístico, la crisis económica y financiera ya provocó en 2008 un descenso del PIB turístico del orden del -2,9 por ciento según el INE[9] y la estimación para el año 2009 según Exceltur[10] se cifra en una disminución del -5,6 por ciento respecto al año anterior. En consecuencia en 2009 la caída del PIB turístico fue superior en 2 puntos porcentuales respecto a la evolución del PIB del conjunto de la economía española.

El diferencial en tasas de crecimiento desfavorable del sector turístico respecto al conjunto de la economía en 2009, según el PIB, no es fenómeno originado directamente por la recesión. Los datos de la Cuenta Satélite del Turismo de España indican desde el año 2000 una gradual pérdida de peso del PIB turístico respecto al PIB de la economía española, colocándose al principio de la década en el 11,5 por ciento hasta llegar en 2008 al 10,5 por ciento. En cualquier caso, el sector turístico sigue jugando un importante papel en la economía española y a lo largo de la década ha mantenido de forma continuada un peso superior al 10 por ciento del PIB español. Con la particularidad de que el principal factor causante de la expansión del PIB turístico en el periodo 2000-2008 fue el consumo turístico de los hogares residentes[11].

En términos macroeconómicos, según Exceltur[12] la caída del PIB turístico ha venido acompañada de una fuerte reducción de los resultados empresariales. Esta entidad sostiene que la combinación de caída del consumo turístico en los principales mercados, la guerra de precios de las empresas españolas en un contexto de sobredimensionamiento de la oferta y los problemas de acceso al crédito ha desembocado en el peor escenario de la década para los destinos turísticos y para las empresas turísticas españolas. Hasta el 84,5 por ciento de las empresas turísticas han visto disminuir sus beneficios y en el 71,4 por ciento de las mismas el beneficio se redujo en más del -10 por ciento. Los sectores más afectados son las agencias de viajes y los turoperadores españoles y los hoteles urbanos.

9 Cuenta Satélite del Turismo (CST) de España. Instituto Nacional de Estadística (INE).
10 Exceltur (2010). Perspectivas turísticas. Balance empresarial del año 2009 y perspectivas para 2010. Alianza para la Excelencia Turística.
11 IET, 2010. Balance del turismo. Año 2009.
12 Exceltur, 2010.

## 2.2. Coyuntura turística regional.

El análisis de la coyuntura turística en Andalucía se estructura, en principio, a partir de los siguientes indicadores: número de turistas, pernoctaciones en establecimientos hoteleros, empleo en la industria turística y tráfico aéreo. Estos indicadores facilitan una primera aproximación a la coyuntura turística en 2009 pero suministran individualmente una visión parcial de la actividad turística. Para alcanzar una valoración global del año turístico se emplea el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía, instrumento de elaboración propia construido desde el inicio de esta publicación.

Para completar la visión del sector turístico andaluz en 2009 se expondrán las opiniones y percepciones de los empresarios, según los resultados de la Encuesta al Sector Turístico realizada por Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

En 2009 visitaron Andalucía un total de 22,9 millones de turistas y se registró un descenso del -12,1 por ciento respecto al año anterior (Cuadro 2.1). Ya en 2008 se observó un cambio de tendencia en la demanda turística y los efectos

**Cuadro 2.1**

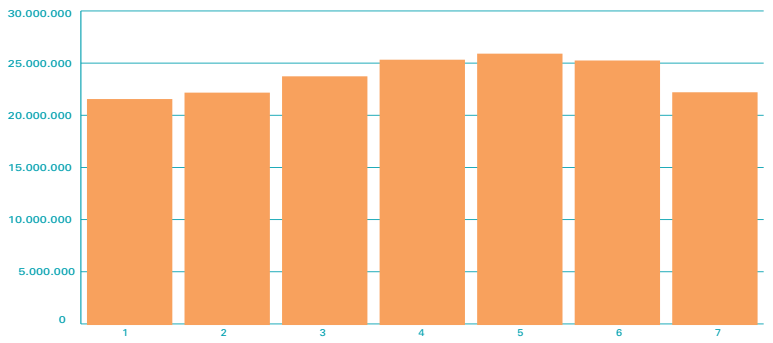
**Número de turistas en Andalucía**

| Años | Turistas | Incremento anual porcentaje |
|---|---|---|
| 2003 | 21.451.137 | 2,1 |
| 2004 | 22.065.330 | 2,9 |
| 2005 | 23.629.187 | 7,1 |
| 2006 | 25.221.896 | 6,7 |
| 2007 | 25.801.467 | 2,3 |
| 2008 | 25.146.117 | -2,5 |
| 2009 | 22.099.888 | -12,1 |

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

**Gráfico 2.1**

**Número de turistas. Andalucía**




Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

de la crisis se manifestaron en una caída del -2,5 por ciento, acentuándose de forma notable en 2009. Con un récord de afluencia de turistas en el año 2007, el retroceso tras la recesión hace que la cifra actual de turistas se sitúe en los niveles del año 2004. Así pues, en número de turistas, el deterioro de la demanda turística en Andalucía ha sido superior al de España (-8,7 por ciento) y al del turismo mundial (-4 por ciento).

En 2009 se contabilizan 40,68 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en Andalucía (Cuadro 2.2), con un decremento del -7,9 por ciento respecto al año anterior. De esta forma, tanto en 2008 como en 2009 se registran tasas negativas de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras, aunque para el periodo 2003-2009 el incremento medio anual sigue siendo positivo.

**Cuadro 2.2**

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros 2009. Andalucía.**
*Miles de noches*

| Años | Noches |
|---|---|
| 2006 | 43.809.767 |
| 2007 | 44.677.644 |
| 2008 | 44.171.550 |
| 2009 | 40.682.784 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 2.3**

**Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros, 2003-2009. Andalucía.**

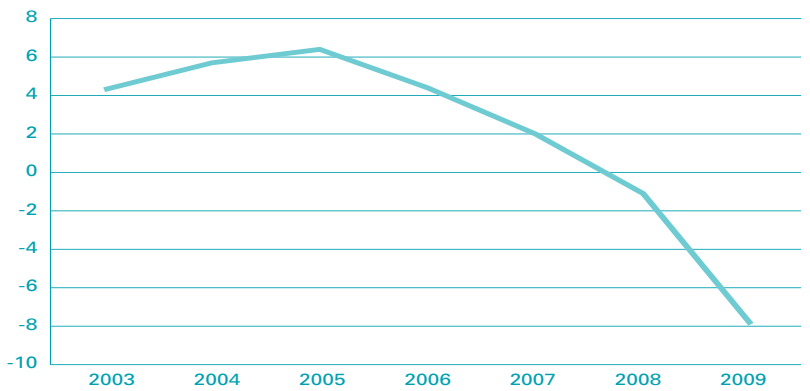
| Años | Incrementos anuales |
|---|---|
| 2003 | 4,3 |
| 2004 | 5,7 |
| 2005 | 6,4 |
| 2006 | 4,4 |
| 2007 | 2,0 |
| 2008 | -1,1 |
| 2009 | -7,9 |
| Incremento medio anual 2003-2009 | 2,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Es interesante detectar los ritmos de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras según destinos de ciudad, litoral e interior. La información del Cuadro 2.4 cubre esta perspectiva. En el año 2009, contrasta las variaciones anuales según destinos de las ciudades con caídas relativamente menores (-3,2 por ciento) con los destinos de interior (-17 por ciento), es conveniente recordar que la tasa de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras en el conjunto de la región fue del -7,9 por ciento; los destinos de litoral se movieron en torno a este último porcentaje. El impacto de la

**Gráfico 2.2**

**Pernoctaciones hoteleras. Andalucía.** *Variación anual*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 2.4**

**Pernoctaciones hoteleras según destinos.**
*Incremento anual en porcentaje*

| | Provincia | Costa | Ciudad | Interior |
|---|---|---|---|---|
| 2007 | | | | |
| Almería | -1,1 | 2,2 | 11,3 | |
| Cádiz | 4,8 | 6,5 | 7,8 | |
| Córdoba | 4,8 | | 5,0 | 4,1 |
| Granada | 0,3 | 0,8 | 6,5 | -11,1 |
| Huelva | 0,3 | 2,2 | | |
| Jaén | 10,1 | | | |
| Málaga | 2,1 | 2,0 | 1,7 | |
| Sevilla | 0,9 | | -2,0 | 11,6 |
| Andalucía | 2,0 | 2,9 | 3,0 | -1,2 |
| 2008 | | | | |
| Almería | 0,8 | 0,4 | 22,5 | |
| Cádiz | -5,6 | -4,2 | -21,6 | |
| Córdoba | -4,5 | | -5,0 | -2,9 |
| Granada | -4,5 | -6,4 | -5,0 | -1,8 |
| Huelva | 3,3 | 2,2 | | |
| Jaén | -13,0 | | | |
| Málaga | 2,6 | 3,4 | 8,8 | |
| Sevilla | -6,3 | | -6,2 | -6,7 |
| Andalucía | -1,1 | 1,0 | -3,9 | -3,9 |
| 2009 | | | | |
| Almería | -9,0 | -8,8 | 2,6 | |
| Cádiz | -3,2 | -4,5 | -9,3 | |
| Córdoba | -11,3 | | -6,5 | -25,4 |
| Granada | -7,3 | -5,89 | -2,7 | -18,0 |
| Huelva | -0,7 | -0,3 | | |
| Jaén | -7,1 | | | |
| Málaga | -11,2 | -10,9 | 1,3 | |
| Sevilla | -6,1 | | -4,1 | -12,5 |
| Andalucía | -7,9 | -8,1 | -3,2 | -17,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

recesión fue también diferente en 2008 entre las ciudades y el interior, ambas con retrocesos del -3,9 por ciento, y el litoral que aguantó mucho mejor manteniendo una tasa positiva (1 por ciento).

**Cuadro 2.5**

**Pernoctaciones hoteleras según destinos de costa.**
*Incremento anual en porcentaje*

| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
|---|---|---|---|
| 2007 | | | |
| Costa de Almería | 4,9 | -4,4 | 2,2 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 10,8 | 0,3 | 6,5 |
| Costa Tropical (Granada) | 0,3 | 1,8 | 0,8 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 4,5 | -3,1 | 2,2 |
| Costa del Sol (Málaga) | -0,8 | 3,7 | 2,0 |
| 2008 | | | |
| Costa de Almería | 3,1 | -6,7 | 0,4 |
| Costa de la Luz de Cádiz | -4,1 | -4,4 | -4,2 |
| Costa Tropical (Granada) | -8,2 | -3,3 | -6,4 |
| Costa de la Luz (Huelva) | -1,9 | 12,7 | 2,2 |
| Costa del Sol (Málaga) | 2,9 | 3,8 | 3,4 |
| 2009 | | | |
| Costa de Almería | -3,8 | -23,7 | -8,8 |
| Costa de la Luz de Cádiz | -2,6 | -7,5 | -4,5 |
| Costa Tropical (Granada) | 17,9 | -43,8 | -5,8 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 5,4 | -12,8 | -0,3 |
| Costa del Sol (Málaga) | -5,8 | -13,7 | -10,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Un análisis más pormenorizado de la evolución del litoral se obtiene al analizar la evolución de las pernoctaciones hoteleras según los destinos. Se puede observar el impacto especialmente negativo de la crisis en 2009 sobre las pernoctaciones hoteleras de los residentes en el extranjero, sobre todo en los casos de la Costa Tropical y la Costa de Almería, que registran pérdidas del -43,8 y -23,7 por ciento de las pernoctaciones, respectivamente.

Centrándonos en los indicadores de empleo, el número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en Andalucía en las actividades características del turismo en 2009 fue de 201.076 empleos en "hostelería y agencias de viajes", seguidos por los "servicios de comidas y bebidas" con 151.451 afiliados, siendo éste último el que menor descenso registró en 2009 (-2,7 por ciento). La evolución del empleo presenta una tasa de variación anual en 2009 del -4 por ciento, aunque el comportamiento del empleo ha sido aún más negativo en las actividades de servicios de alojamiento y en agencias de viajes y operadores turísticos, en ambos la caída fue del -7,6 por ciento respecto al año anterior.

**Cuadro 2.6**

**Trabajadores afiliados a la Seguridad Social en las actividades características del turismo en Andalucía.**

| | Hostelería y Agencias de Viajes | Servicios de Alojamiento | Servicios de Comidas y Bebidas | Agencias de Viajes / Operadores Turísticos |
|---|---|---|---|---|
| 2003 | 162.763 | 36.827 | 119.983 | 5.953 |
| 2004 | 171.071 | 38.157 | 126.500 | 6.409 |
| 2005 | 183.070 | 39.517 | 136.643 | 6.909 |
| 2006 | 195.403 | 41.511 | 146.226 | 7.666 |
| 2007 | 207.578 | 45.745 | 153.580 | 8.253 |
| 2008 | 209.406 | 45.407 | 155.698 | 8.300 |
| 2009 | 201.076 | 41.957 | 151.451 | 7.668 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir del Instituto de Estudios Turísticos y de la Encuesta de Población Activa (INE).

**Cuadro 2.7**

**Evolución de los trabajadores afiliados a la Seguridad Social en las actividades características del turismo en Andalucía.**
*Variación anual*

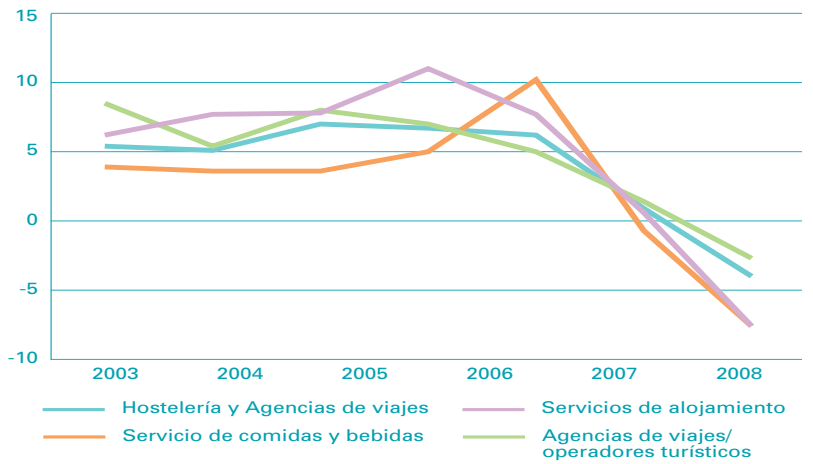
| | Hostelería y Agencias de Viajes | Servicios de Alojamiento | Servicios de Comidas y Bebidas | Agencias de Viajes / Operadores Turísticos |
|---|---|---|---|---|
| 2003 | 5,4 | 3,9 | 8,5 | 6,2 |
| 2004 | 5,1 | 3,6 | 5,4 | 7,7 |
| 2005 | 7,0 | 3,6 | 8,0 | 7,8 |
| 2006 | 6,7 | 5,0 | 7,0 | 11,0 |
| 2007 | 6,2 | 10,2 | 5,0 | 7,7 |
| 2008 | 0,9 | -0,7 | 1,4 | 0,6 |
| 2009 | -4,0 | -7,6 | -2,7 | -7,6 |
| Incremento anual medio | 3,9 | 2,6 | 4,7 | 4,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir del Instituto de Estudios Turísticos y de la Encuesta de Población Activa (INE).

Hasta el año 2008 las actividades características del turismo registraron tasas anuales de crecimiento del empleo positivas (medidos por la afiliación), en el año 2008 se produce una apreciable disminución en el ritmo de crecimiento pero se consigue mantener la tasa en positivo, a excepción de los servicios de alojamiento. El Gráfico 2.3 reproduce la dinámica de crecimiento del empleo en las actividades características del turismo para el periodo 2003-2009.

**Gráfico 2.3**

**Evolución trabajadores afiliados a la Seguridad Social en Andalucía en actividades características del turismo.**
*Tasas anuales de crecimiento*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir del Instituto de Estudios Turísticos y de la Encuesta de Población Activa (INE).

En cuanto al tráfico aéreo, los aeropuertos andaluces en 2009 contabilizaron 18,74 millones de pasajeros (Cuadro 2.8), con una fuerte concentración en el aeropuerto de Málaga (61,9 por ciento del tráfico total de la región) y con un cierto predominio del tráfico internacional (60,6 por ciento). En 2009, la evolución del tráfico aéreo de pasajeros acentúa la ruptura de tendencia que ya se observó en el año 2008, con una tasa de variación anual negativa del -10,6 por ciento; en 2008, esta variable tuvo una evolución negativa del -6 por ciento. De nuevo, como en años anteriores, el comportamiento del tráfico aéreo de pasajeros en 2009 ha sido muy desigual entre los aeropuertos andaluces: los dos principales aeropuertos de la región registran caídas inferiores al 10 por ciento; el mayor retroceso anual se da en el aeropuerto de Almería (-22,7) y son también elevados en los casos de Cádiz y Granada.

**Cuadro 2.8**

**Transporte aéreo en aeropuertos andaluces, Número de pasajeros 2009.**

| | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada-Jaén | Málaga | Sevilla | Andalucía |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | 791.837 | 1.079.616 | 15.474 | 1.187.813 | 11.622.429 | 4.051.392 | 18.748.561 |
| Tráfico aéreo interior | 409.130 | 714.418 | 15.239 | 992.112 | 2.329.499 | 2.913.987 | 7.374.385 |
| Tráfico internacional | 382.707 | 365.198 | 235 | 195.701 | 9.292.930 | 1.137.405 | 11.374.176 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir datos AENA.

**Cuadro 2.9**

**Incremento anual del transporte aéreo en los aeropuertos andaluces**
*número de pasajeros*

| | 2009 | Incremento anual porcentaje | Crecimiento medio anual 2003-2009 porcentaje |
|---|---|---|---|
| Almería | 791.837 | -22,7 | 0,3 |
| Cádiz | 1.079.616 | -17,2 | 6,4 |
| Córdoba | 15.474 | -30,4 | -1,0 |
| Granada-Jaén | 1.187.813 | -16,5 | 15,5 |
| Málaga | 11.622.429 | -9,3 | 1,8 |
| Sevilla | 4.051.392 | -7,8 | 11,0 |
| Andalucía | 18.748.561 | -10,6 | 4,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir datos AENA.

**Gráfico 2.4**

**Evolución tráfico aéreo Andalucía.**
*Tasas anuales de crecimiento*

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos AENA.

En el periodo 2003-2009 (Cuadro 2.9), el aeropuerto que continua teniendo una mejor evolución es el de Granada-Jaén, también tienen una dinámica muy positiva en dicho periodo los aeropuertos de Sevilla y de Cádiz.

Con la finalidad de alcanzar una visión de conjunto sobre la coyuntura turística regional, se exponen a continuación los principales resultados según el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía[13].

El Cuadro 2.10 reproduce los valores anuales del Indicador Sintético de Actividad Turística en Andalucía (ISTA) para el periodo 1999-2009, para Andalucía y España. Como advertencia, indicar que estos valores se actualizan para calcular los índices, con lo cual las series sufren variaciones y ello obliga a revisar los índices y las tasas de ediciones anteriores.

13 Ver nota en Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

**Cuadro 2.10**

**Indicador Sintético de Actividad Turística 1999-2009.**

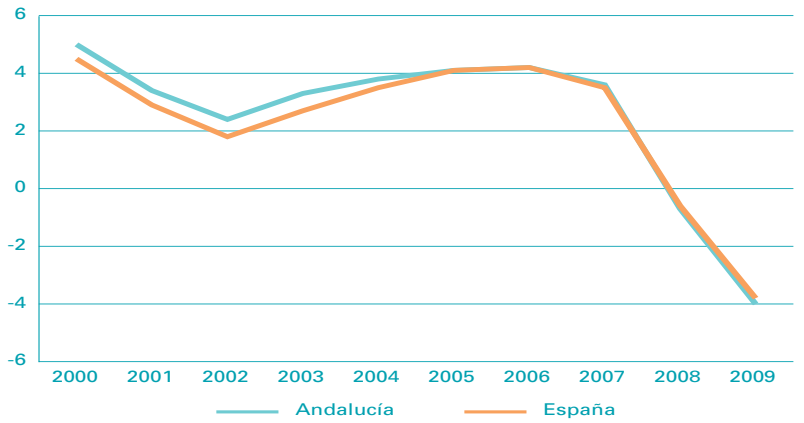
| | Andalucía | España |
|---|---|---|
| 1999 | 102,1 | 102,0 |
| 2000 | 107,2 | 106,6 |
| 2001 | 110,9 | 109,6 |
| 2002 | 113,5 | 111,6 |
| 2003 | 117,3 | 114,6 |
| 2004 | 121,7 | 118,6 |
| 2005 | 126,7 | 123,5 |
| 2006 | 132,0 | 128,6 |
| 2007 | 136,7 | 133,1 |
| 2008 | 135,8 | 132,3 |
| 2009 | 130,3 | 127,3 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En 2008 el indicador señalaba un importante freno en el crecimiento de la actividad turística respecto a los años anteriores, con una variación anual del Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía (ISTA) del -0,7 por ciento. Pero es en el año 2009 cuando la actividad turística sufre un fuerte deterioro, con una caída anual del 4 por ciento, consecuencia muy directa de la recesión económica. La evolución de la actividad turística sigue una pauta muy similar a la de España.

**Gráfico 2.5**

**Indicador Sintético de Actividad Turística.**
*Tasa crecimiento anual*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En el periodo 2000-2004 la evolución de la actividad turística en Andalucía era más dinámica que en España pero en los últimos años las tasas de crecimiento de la actividad turística presentan un comportamiento convergente.

Loa datos trimestrales del ISTA (Cuadro 2.12) muestran un índice en crecimiento hasta alcanzar un máximo en el cuarto trimestre del año 2007 y desde esta fecha comienzan las variaciones intertrimestrales negativas, detectándose la máxima caída en la actividad en el cuarto

**Cuadro 2.11**

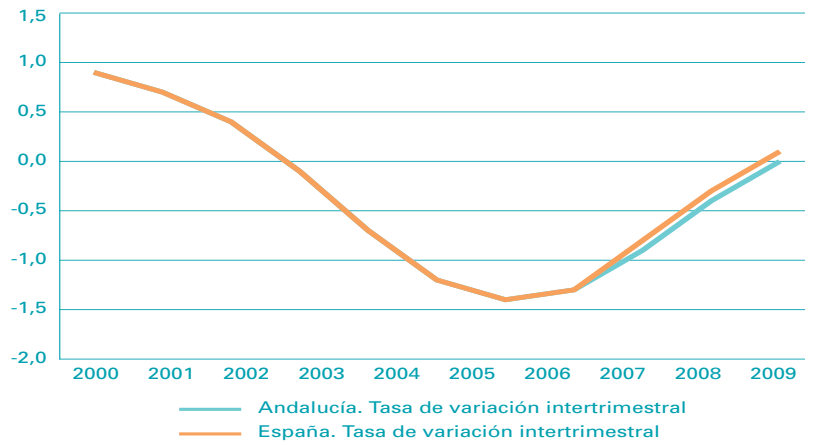
**Crecimiento según el Indicador Sintético de Actividad Turística 2000-2009.**
*Tasa de crecimiento anual.*

| | Andalucía | España |
|---|---|---|
| 2000 | 5,0 | 4,5 |
| 2001 | 3,4 | 2,9 |
| 2002 | 2,4 | 1,8 |
| 2003 | 3,3 | 2,7 |
| 2004 | 3,8 | 3,5 |
| 2005 | 4,1 | 4,1 |
| 2006 | 4,2 | 4,2 |
| 2007 | 3,6 | 3,5 |
| 2008 | -0,7 | -0,6 |
| 2009 | -4,0 | -3,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Gráfico 2.6**

**Tasa de variación intertrimestral del ISTA.**
*Tasa variación*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

trimestre de 2008 y estabilizándose la tasa de variación intertrimestral en el cuarto trimestre de 2009, que en el caso de España ya indica una tasa positiva del 0,1 por ciento. El Gráfico 2.6 capta perfectamente esta trayectoria.

**Cuadro 2.12**

**Valores trimestrales del Indicador Sintético de Actividad Turística 2008-2009.**

| | Andalucía | | España | |
|---|---|---|---|---|
| | Indicador | Tasa variación intertrimestral porcentaje | Indicador | Tasa variación intertrimestral porcentaje |
| t107 | 135,1 | - | 131,6 | - |
| t207 | 136,3 | 0,9 | 132,8 | 0,9 |
| t307 | 137,3 | 0,7 | 133,7 | 0,7 |
| t407 | 137,9 | 0,4 | 134,3 | 0,4 |
| t108 | 137,8 | -0,1 | 134,2 | -0,1 |
| t208 | 136,8 | -0,7 | 133,3 | -0,7 |
| t308 | 135,2 | -1,2 | 131,7 | -1,2 |
| t408 | 133,2 | -1,4 | 129,9 | -1,4 |
| t109 | 131,4 | -1,3 | 128,2 | -1,3 |
| t209 | 130,2 | -0,9 | 127,2 | -0,8 |
| t309 | 129,7 | -0,4 | 126,8 | -0,3 |
| t409 | 129,7 | 0,0 | 126,9 | 0,1 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

La información del Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía según los destinos completa la visión sobre el tema. El comportamiento de la actividad turística en 2009 en los destinos de litoral sigue una pauta muy similar al del conjunto de Andalucía, en todo caso con una caída de la actividad turística ligeramente superior, del -4,2 por ciento. Los destinos urbanos, capitales de provincia, soportaron mejor los efectos de la recesión con una tasa de variación del -2,7 por ciento respecto al año anterior. El resto de destinos, ciudades de tamaño medio y zonas de interior, evolucionó en 2009 a una tasa de variación del -3,7 por ciento.

A continuación, mediante los resultados de la Encuesta al Sector Turístico[14], se analizarán las opiniones y percepciones de los empresarios sobre el año turístico 2009. El análisis de las opiniones y percepciones del conjunto de agentes económicos y sociales que conforman el sector turístico andaluz ofrece un panorama completo de la situación actual del sector ya que proporciona información de primera mano sobre la evolución de la actividad más reciente y expectativas a corto plazo. Las conclusiones extraídas contribuyen al conocimiento de la actual situación de las empresas que operan en el sector turístico andaluz, que durante 2009 ha acusado un descenso de la actividad a causa de la difícil coyuntura económica.

**Cuadro 2.13**

**ISTA por destinos en Andalucía 2009.**

| Destinos | Tasa de crecimiento anual |
|---|---|
| Destino litoral | -4,2 |
| Destino urbano* | -2,7 |
| Resto de destinos | -3,7 |
| Total | -4,0 |

* Capitales de provincia

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

El sector turístico valora con un 2,6 sobre 5 el comportamiento del turismo durante 2009 que junto al 3 del año 2008 es el más bajo de los obtenidos desde la realización de primer Informe Anual del Turismo en Andalucía, al ser 2009 un año en el que el sector ha sufrido con mayor intensidad que la media de la economía la caída de la actividad. Así, la puntuación media otorgada denota un deterioro progresivo de la actividad turística desde 2005, ya que hasta ahora todas las valoraciones obtenidas sobre la marcha del sector superaron el nivel 3.

Atendiendo a las diversas tipologías[15] de establecimientos analizados, también se ha observado una desvalorización de la marcha del turismo andaluz, aunque en esta ocasión no exista mucha diferencia entre ellas, destacan la tipología de sol y playa por ser la única que supera a la media del sector con

14 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.
15 Ver Anexo, en especial la nota metodológica sobre la división por tipologías y ubicación geográfica y la ficha técnica de la Encuesta al Sector Turístico.

**Cuadro 2.14**

**Opinión sobre el comportamiento del sector turístico por tipología en Andalucía en 2009 comparado con 2008, 2007 y 2006.** *Valoración de 1 a 5.*

| | Media aritmética | Desviación típica | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|---|---|
| | 2009 | | 2008 | |
| Sol y Playa | 2,65 | 0,86 | 3,06 | 0,83 |
| Cultural | 2,59 | 1,05 | 3,02 | 0,91 |
| Rural | 2,58 | 0,99 | 3,07 | 0,76 |
| Negocios | 2,45 | 0,92 | 3,01 | 0,83 |
| Deportivo | 2,30 | 0,78 | 3,30 | 0,71 |
| Total | 2,58 | 0,96 | 3,04 | 0,82 |
| | 2007 | | 2006 | |
| Sol y Playa | 3,35 | 0,79 | 3,55 | 0,79 |
| Cultural | 3,36 | 0,70 | 3,61 | 0,82 |
| Rural | 3,09 | 0,81 | 3,50 | 0,73 |
| Negocios | 3,38 | 0,67 | 3,45 | 0,67 |
| Deportivo | 3,50 | 0,65 | 3,37 | 0,96 |
| Total | 3,30 | 0,76 | 3,54 | 0,77 |

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

una puntuación del 2,7 mientras que la tipología deportiva es la que con mayor intensidad registra el descenso de la actividad con una valoración media de 2,3 puntos.

La incidencia de la recesión en la actividad turística durante 2009 ha sido percibida de forma algo más negativa en las empresas turísticas que operan en destinos de interior y en los destinos de litoral con puntuaciones de 2,5; en los destinos urbanos la valoración es relativamente mejor, con una nota de 2,7 (Cuadro 2.15).

Por sectores, el hotelero es el que registra la calificación más baja con un 2,5 de media para la trayectoria del año turístico 2009 mientras que las agencias, con 3 puntos, y las casas rurales, con 2,7, son más favorables en cuanto a la evaluación del comportamiento del sector. Posteriormente se analizarán con más detalle las opiniones empresariales sobre 2009 por sectores.

**Cuadro 2.15**

**Opinión sobre el comportamiento del sector turístico por ubicación en Andalucía en 2009**

*Valoración de 1 a 5.*

| | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|
| Interior | 2,51 | 0,97 |
| Litoral | 2,53 | 0,93 |
| Ciudad | 2,67 | 0,93 |
| Total | 2,58 | 0,96 |

* La valoración media total incorpora los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Es necesario analizar la influencia que la grave situación económica haya podido tener en diversos aspectos esenciales en la actividad de las empresas como son, a modo de ejemplo, las ventas o los beneficios. El balance del año 2009 para el conjunto del sector turístico andaluz ha sido negativo en todas las variables relevantes de la actividad empresarial destacando las ventas y los beneficios por ser las que más han descendido con una variación media del -10,3 y el -10 por ciento en cada caso respecto a 2008 (Cuadro 2.16). La inversión, sin embargo, es la que menor disminución media interanual ha registrado (-2,5 por ciento) según las empresas participantes en el sondeo. Los efectos de la coyuntura económica también son significativos en la pérdida de empleo y en la disminución de los precios de venta.

Por destinos, los establecimientos de interior han acusado un intenso descenso de las ventas y los beneficios (-18,5 y -18,1 por ciento respectivamente), ambos 8 puntos porcentuales más que a nivel sectorial. Por otra parte, el litoral es la zona que menos ha sufrido, con disminuciones muy leves de las ventas y los beneficios (-0,7 por ciento ambos). También en estos establecimientos se registró la menor reducción en la plantilla (-3,7 por ciento frente al -7,3 por ciento del total del sector), además es en los únicos en los que la inversión, aunque

**Cuadro 2.16**

**Evolución de las principales variables de actividad por destinos en 2009**

*Tasas de variación interanual en porcentajes.*

| | Media aritmética | Desviación típica | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|---|---|
| | Interior | | Litoral | |
| Cifra de negocio (ventas) | -18,49 | 22,51 | -0,74 | 9,07 |
| Número de trabajadores | -7,58 | 18,6 | -3,66 | 9,58 |
| Precios de venta | -8,78 | 13,76 | -3,64 | 7,45 |
| Beneficios | -18,06 | 24,18 | -0,73 | 8,75 |
| Inversión | -5,75 | 26,43 | 0,18 | 10,34 |
| | Ciudad | | Total sector | |
| Cifra de negocio (ventas) | -10,75 | 14,89 | -10,3 | 18,6 |
| Número de trabajadores | -9,58 | 12,65 | -7,26 | 15,18 |
| Precios de venta | -18,78 | 10,19 | -8,81 | 12,5 |
| Beneficios | -10,75 | 15,59 | -9,97 | 19,95 |
| Inversión | -1,77 | 9,53 | -2,53 | 17,9 |

Los porcentajes medios obtenidos por variable para el total del sector incorporan los resultados de todos los encuestados.
En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

ligeramente, ha aumentado (0,2 por ciento). En cuanto al alojamiento localizado en las ciudades, cabe destacar la importante caída de precios (-18,8 por ciento), 10 puntos porcentuales más de descenso que en el conjunto del sector.

Por lo que se refiere a las diversas tipologías turísticas (Cuadro 2.17), tanto las empresas dedicadas al segmento cultural como las de rural y naturaleza, con descensos de sus ventas del -13,3 y del -16,4 por ciento respectivamente, superan a la media del sector. Lo mismo ocurre con la reducción de sus beneficios que ha sido también más intensa que la media. En materia de recursos humanos, las empresas cuya demanda está relacionada con turismo deportivo son las que menos han reducido su plantilla, con una variación interanual media del -0,6 por

ciento. Respecto a la inversión, desciende con más intensidad en las empresas de oferta de turismo rural y de naturaleza (-7,6 por ciento) con alrededor de 5 puntos porcentuales más de descenso que en el global.

Se ha estimado oportuno sintetizar los resultados de estas últimas variables (cifra de negocio, número de trabajadores, precios de venta, beneficios e inversión) en un indicador único[16] a partir del que se pueda interpretar de un modo global la situación y perspectivas del conjunto de las empresas participantes en el sondeo. Para interpretar los resultados, aquellos valores más cercanos a 100 muestran un mayor aumento de la variable, si se acercan a -100 denotarían una mayor disminución y los valores en torno a 0 manifiestan un mantenimiento de la variable. El Gráfico 2.7 expresa los resultados, para el conjunto del sector y por ubicación de las empresas.

La situación general de la actividad de las empresas turísticas en 2009 obtiene un valor del -21, lo que implica una caída notable del ritmo de actividad. Los resultados por localización geográfica[17] señalan un mayor deterioro de la actividad en los establecimientos de interior, un -11, en contraste con las caídas moderadas para el litoral -2,1 y algo mayor en la ciudad un -5,1. Por variable, son la cifra de negocio y los beneficios las que han adquirido el peor resultado en el conjunto del sector con valores del -27,4 y del -28,1 respectivamente. Lo mismo sucede, aunque con valores más moderados, en las empresas localizadas en el interior (-15,5 para ventas y -16,6 para beneficios). El litoral es la zona que mejores resultados expresa, pues ninguna de las variables llega a descender hasta el -4 e incluso en inversión muestra un valor, aunque moderado, positivo (0,2). Para los establecimientos de alojamiento de ciudad los precios de venta y los beneficios presentan la peor valoración con puntuaciones del -7,2 y -6,3 en cada caso.

16 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas. En los relativo al indicador sintético de situación de la actividad de las empresas turísticas.

17 El índice general para las distintas variables incorpora los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

**Cuadro 2.17**

**Evolución de las principales variables de actividad por tipologías en 2009**

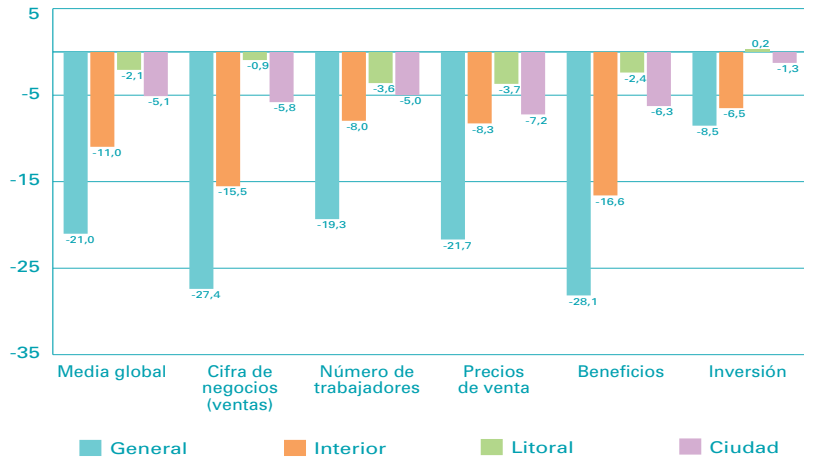
*Tasas de variación interanual en porcentajes*

| Tipologías turísticas | Media aritmética | Desviación típica | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|---|---|
| | Sol y Playa | | Cultural | |
| Cifra de negocio (ventas) | -6,99 | 21,16 | -13,25 | 21,21 |
| Número de trabajadores | -6,11 | 13,61 | -6,57 | 18,1 |
| Precios de venta | -7,26 | 13,07 | -7,37 | 13,26 |
| Beneficios | -7,49 | 16,1 | -10,91 | 20,03 |
| Inversión | -3,81 | 11,38 | -2,26 | 18,61 |
| | Rural y de naturaleza | | Negocios y reuniones | |
| Cifra de negocio (ventas) | -16,41 | 20,57 | -5,88 | 16,03 |
| Número de trabajadores | -6,83 | 17,35 | -7,84 | 16,57 |
| Precios de venta | -6,37 | 12,6 | -7,7 | 11,16 |
| Beneficios | -15,02 | 21,62 | -3,59 | 24,2 |
| Inversión | -7,58 | 31,83 | -2,15 | 11,35 |
| | Deportivo | | Total sector | |
| Cifra de negocio (ventas) | -7,17 | 13,28 | -10,3 | 18,6 |
| Número de trabajadores | -0,64 | 4,57 | -7,26 | 15,18 |
| Precios de venta | -5,54 | 9,28 | -8,81 | 12,5 |
| Beneficios | -7,88 | 13,44 | -9,97 | 19,95 |
| Inversión | -3,89 | 22,29 | -2,53 | 17,9 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Gráfico 2.7**

**Indicador sintético de situación de la actividad de las empresas turísticas en 2009**




* Media global obtenida como promedio de los valores de las distintas variables.

** El índice general para las distintas variables incorpora los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litora y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

# Actividad turística por sectores

Capítulo 3

## 3. ACTIVIDAD TURÍSTICA POR SECTORES.

En el año 2009 operaban en Andalucía un total de 15.835 establecimientos, con 372.290 plazas disponibles. En plena crisis económica la oferta de alojamientos, en plazas, llegó a crecer un 3 por ciento en 2008 y en 2009 repite con una tasa anual del 3,3 por ciento respecto al año anterior. Esta dinámica de crecimiento de la oferta de alojamientos se viene produciendo durante la última década. Si se compara el año 2003 y 2009 (Cuadro 3.2) la variación acumulada se eleva al 21,3 por ciento en número de plazas; particularmente elevada es la generación de plazas en los alojamientos de turismo rural.

**Cuadro 3.1**

**Oferta de alojamientos de Andalucía 2009**

| | 2009 | | Variación anual porcentajes | |
|---|---|---|---|---|
| | Establecimientos | Plazas | Establecimientos | Plazas |
| Hoteles | 2.434 | 244.321 | 1,7 | 1,5 |
| Apartamentos turísticos | 11.964 | 45.008 | 2,6 | 2,2 |
| Acampamentos turísticos | 124 | 72.678 | 1,4 | -0,7 |
| Alojamientos de turismo rural | 1.313 | 10.283 | 14,0 | 14,0 |
| Total alojamientos | 15.835 | 372.290 | 3,3 | 1,4 |

Fuente: Encuestas de ocupación hotelera, en apartamentos turísticos, en acampamentos turísticos y en alojamientos de turismo rural (INE).

La importancia de la oferta hotelera con el 65,6 por ciento de las plazas totales es indudable en la oferta turística andaluza. El resto de sectores tienen pesos muy inferiores: 12,1 por ciento apartamentos turísticos, 19,5 por ciento acampamentos turísticos y 2,8 por ciento alojamientos de turismo rural.

**Cuadro 3.2**

**Establecimientos turísticos de Andalucía 2003-2009.**

| | Establecimientos | Plazas |
|---|---|---|
| 2003 | | |
| Hoteles | 2.154 | 189.127 |
| Apartamentos turísticos | 10.462 | 36.621 |
| Acampamentos turísticos | 120 | 77.984 |
| Alojamientos de turismo rural | 380 | 3.199 |
| Total alojamientos | 13.115 | 306.931 |
| 2009 | | |
| Hoteles | 2.434 | 244.321 |
| Apartamentos turísticos | 11.964 | 45.008 |
| Acampamentos turísticos | 124 | 72.678 |
| Alojamientos de turismo rural | 1.313 | 10.283 |
| Total alojamientos | 15.835 | 372.290 |
| Variación acumulada porcentajes | | |
| Hoteles | 13,0 | 29,2 |
| Apartamentos turísticos | 14,4 | 22,9 |
| Acampamentos turísticos | 3,1 | -6,8 |
| Alojamientos de turismo rural | 245,9 | 221,5 |
| Total alojamientos | 20,7 | 21,3 |

Fuente: Encuestas de ocupación hotelera, en apartamentos turísticos, en acampamentos turísticos y en alojamientos,de turismo rural (INE).

Por el lado del empleo ha sido diferente, como se pudo comprobar en el capítulo anterior. Según la información disponible, en 2009 el empleo en las actividades características del turismo ascendía a 201.076 personas y el deterioro se extiende a todos los subsectores como ya se comentó, sobre todo a los servicios de alojamientos y a las agencias de viajes y turoperadores con caídas cada uno de ellos del orden del -7,6 por ciento. En el periodo 2003-2007 la tasa anual media de crecimiento del empleo alcanzaba el 6,1 por ciento.

Por otra parte, en 2009, la concentración de la oferta hotelera en la provincia de Málaga equivalía al 34,4 por ciento del total y en la provincia de Cádiz se localiza el 16,2 por ciento de las plazas hoteleras andaluzas. A nivel regional la oferta hotelera creció en 2009 un 1,5 por ciento respecto al año anterior; resalta el alto ritmo de crecimiento de la provincia de Granada (6,6 por ciento) aunque también es significativo el crecimiento de la oferta hotelera en las provincias de Sevilla y Jaén (Cuadro 3.3).

**Cuadro 3.3**

**Oferta hotelera por provincias, 2009**

| | 2009 | | Variación anual (Porcentaje) | |
|---|---|---|---|---|
| | Establecimientos hoteleros | Plazas | Establecimientos hoteleros | Plazas |
| Almería | 202 | 28.797 | 1,7 | 0,8 |
| Cádiz | 435 | 39.342 | 0,5 | -0,5 |
| Córdoba | 181 | 9.454 | -0,5 | 1,9 |
| Granada | 413 | 28.413 | 7,3 | 6,6 |
| Huelva | 150 | 20.228 | -4,0 | 1,7 |
| Jaén | 187 | 8.799 | -0,6 | 3,8 |
| Málaga | 551 | 83.809 | 0,7 | 0,0 |
| Sevilla | 315 | 25.478 | 3,8 | 3,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

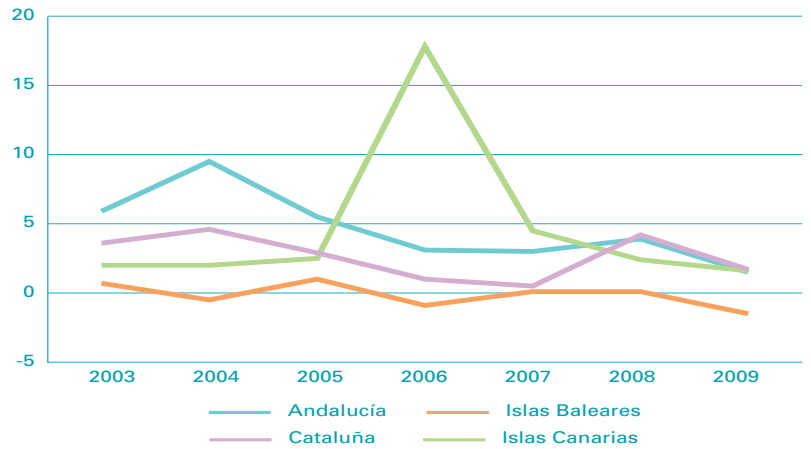
La tasa anual de crecimiento de la oferta hotelera de Andalucía en 2009 coincide prácticamente con la de España (1,7 por ciento). Pero si ampliamos el análisis al periodo 2003-2009, el incremento medio anual[1] de la oferta de Andalucía (4,6 por ciento) supera al de España (3,4 por ciento). En este sentido, hay que resaltar de nuevo el alto nivel de la oferta hotelera andaluza en el contexto nacional y el mantenimiento de altas tasas de crecimiento en la misma. El

1 A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE.

Gráfico 3.1 confirma a Andalucía en el periodo 2003-2009 como una de las Comunidades[2] con mayor incremento anual medio (4,6 por ciento), por detrás de Madrid (6,3 por ciento) y País Vasco (5,1 por ciento) y con un nivel similar a Canarias.

**Gráfico 3.1**

**Evolución oferta hotelera según plazas.**
*Tasas anuales de crecimiento en porcentaje*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

El mantenimiento de tasas positivas de crecimiento de la oferta hotelera en la región viene, no obstante, acompañado de una cierta desaceleración: las variaciones anuales eran superiores al 5 por ciento hasta el año 2005; se acoplan a un ritmo inferior, en torno al 3 por ciento, de 2006 a 2008 y llega al 1,5 por ciento de la actualidad.

En este tema, resulta oportuno comparar en el periodo 2003-2009 las evoluciones de las pernoctaciones hoteleras y las de la oferta hotelera (plazas): mientras que las primeras crecen a una tasa anual media del 2 por ciento, la oferta de plazas

2 Datos de la EOH (INE).

**Cuadro 3.4**

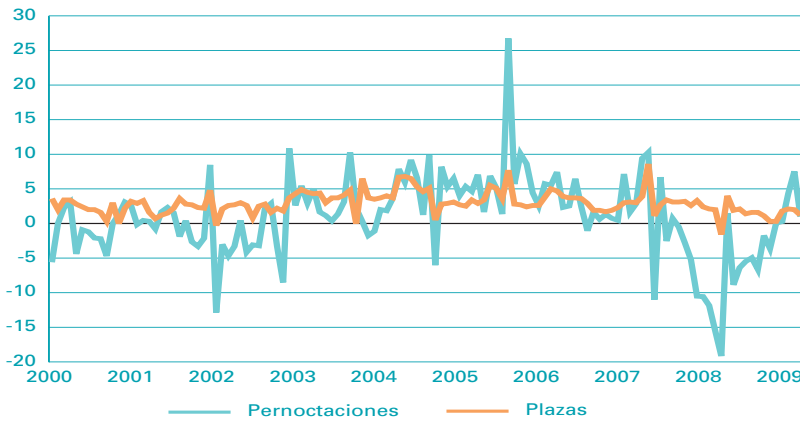
**Evolución del grado de ocupación en hoteles.**
*Porcentaje*

| | Andalucía | España | Diferencia Andalucía-España |
|---|---|---|---|
| 2003 | 52,0 | 54,5 | 2,5 |
| 2004 | 50,2 | 53,5 | 3,3 |
| 2005 | 50,7 | 54,2 | 3,5 |
| 2006 | 52,2 | 56,4 | 4,2 |
| 2007 | 51,8 | 56,0 | 4,2 |
| 2008 | 49,3 | 53,5 | 4,2 |
| 2009 | 44,8 | 49,5 | 4,5 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 3.2**

**Pernoctaciones hoteleras y plazas (2000-2010 abril).**
*Tasas de variación interanual en porcentaje*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

hoteleras lo hace al 4,6 por ciento. Esto, lógicamente, tiene sus repercusiones en el grado de ocupación, ya que en Andalucía no solo es inferior al de España sino que la diferencia ha aumentado durante el periodo 2003-2009, de forma que en 2009 llega a 4,7 puntos porcentuales.

La oferta hotelera localizada en destinos litoral se cifra para 2009 en 157.611 plazas, con lo cual representa el 64,5 por ciento de la oferta hotelera total de Andalucía; sólo la Costa del Sol acumula el 31,2 por ciento de la oferta hotelera de la región (Cuadro 3.5). Durante 2008 la oferta hotelera de los destinos de litoral registró tasas positivas de crecimiento, entre el 6,5 por ciento y el 7,5 por ciento en la Costa de la Luz de Huelva, Costa Tropical y Costa del Sol; y en 2009 destaca el alto crecimiento de la Costa Tropical (21,2 por ciento), con un relativo descenso de las plazas en la Costa de la Luz de Cádiz y una muy leve disminución en la Costa del Sol.

**Cuadro 3.5**

**Oferta hotelera en destimos de litoral.**

| | Plazas estimadas | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | 25.406 | 26.113 | 26.751 | 26.885 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 30.115 | 32.033 | 32.606 | 31.780 |
| Costa Tropical (Granada) | 4.574 | 4.515 | 4.819 | 5.840 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 14.930 | 15.367 | 16.469 | 16.673 |
| Costa del Sol (Málaga) | 70.271 | 71.446 | 76.826 | 76.433 |
| | Incrementos anuales (porcentaje) | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | - | 2,8 | 2,4 | 0,5 |
| Costa de la Luz de Cádiz | - | 6,4 | 1,8 | -2,5 |
| Costa Tropical (Granada) | - | -1,3 | 6,7 | 21,2 |
| Costa de la Luz (Huelva) | - | 2,9 | 7,2 | 1,2 |
| Costa del Sol (Málaga) | - | 1,7 | 7,5 | -0,5 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

En cuanto al grado de ocupación, en los hoteles de litoral (Cuadro 3.6), se caracteriza por una alta variabilidad entre los distintos destinos de litoral. En 2009, la Costa de la Luz de Huelva tenía un nivel similar, ligeramente inferior, al del conjunto de Andalucía (44,8) y sólo la Costa del Sol lo superaba, en más de 5 puntos porcentuales. En el citado cuadro se puede observar una disminución en el grado de ocupación en los últimos años en los hoteles de todos los destinos de litoral, con ciertas diferencias en esta evolución. Y resalta el deterioro significativo de esta variable en 2009.

**Cuadro 3.6**

**Grado de ocupación en hoteles de litoral.**
*Plazas*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|
| Costa de Almería | 48,2 | 46,7 | 45,1 | 40,4 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 48,2 | 48,2 | 45,3 | 43,3 |
| Costa Tropical (Granada) | 55,0 | 56,3 | 50,4 | 39,3 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 51,9 | 51,5 | 48,3 | 46,6 |
| Costa del Sol (Málaga) | 58,9 | 58,5 | 56,3 | 50,3 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Los impactos de la recesión en términos de empleo se dejaron notar con intensidad en los hoteles del litoral andaluz (Cuadro 3.7), sobre todo en la Costa de Almería y en la Costa del Sol; también la Costa de la Luz de Cádiz sufrió un fuerte ajuste en el empleo, en este caso teniendo en cuenta la evolución de esta variable en 2008 y 2009.

En cuanto a los apartamentos turísticos, el 71,4 por ciento de las plazas de Andalucía se localizan en los destinos de litoral (Cuadro 3.8), sobre todo en la Costa del Sol. En este segmento la parte del litoral más dañada por la recesión, en términos de pérdidas de plaza, es la Costa de Almería que desde 2007 viene registrando tasas anuales de variación negativas; en cambio el efecto sobre la Costa del Sol es muy reducido.

**Cuadro 3.7**

**Empleo en hoteles de litoral.**

| | Personal empleado | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | 2.686 | 2.694 | 2.625 | 2.252 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 5.772 | 5.964 | 5.021 | 4.492 |
| Costa Tropical (Granada) | 643 | 621 | 620 | 563 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 2.068 | 2.052 | 2.018 | 2.014 |
| Costa del Sol (Málaga) | 11.919 | 12.763 | 12.420 | 10.314 |
| | Evolución del empleo | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | - | 0,3 | -2,6 | -14,2 |
| Costa de la Luz de Cádiz | - | 3,3 | -15,8 | -10,5 |
| Costa Tropical (Granada) | - | -3,3 | -0,3 | -9,2 |
| Costa de la Luz (Huelva) | - | -0,8 | -1,7 | -0,2 |
| Costa del Sol (Málaga) | - | 7,1 | -2,7 | -17,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

El grado de ocupación por plazas de los apartamentos localizados en los destinos de litoral refleja una mayor ocupación en los apartamentos de la Costa del Sol (37,5 por ciento). En la Costa de la Luz de Cádiz no se detecta ningún signo de impacto de la recesión sobre el grado de ocupación, esta variable permanece prácticamente constante en el periodo 2007-2009 y la mayor disminución en 2009, respecto al año anterior, se da en los apartamentos de la Costa del Sol (-6,4 p.p.).

En el nivel de empleo se verifica la mayor importancia relativa de los apartamentos turísticos ubicados en la Costa del Sol. En cuanto a su evolución reciente, se pueden contrastar los fuertes ritmos de creación de empleo en 2007 y 2008 tanto en la Costa de la Luz de Cádiz como en la Costa del Sol con el dato de 2009, de crecimiento inferior a un 1 por ciento en el

primer caso y de retroceso moderado en el segundo caso. En cambio, los datos indican el mayor efecto negativo de la recesión en la Costa de Almería (Cuadro 3.10.).

**Cuadro 3.8**

**Oferta de apartamentos turísticos en destimos de litoral.**

| | Número de plazas estimadas | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | 7.015 | 6.823 | 6.273 | 6.131 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 1.460 | 1.992 | 2.255 | 2.189 |
| Costa del Sol (Málaga) | 20.415 | 21.321 | 24.047 | 23.857 |
| | Incremento anual (porcentaje) | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | - | -2,7 | -8,1 | -2,3 |
| Costa de la Luz de Cádiz | - | 36,4 | 13,2 | -2,9 |
| Costa del Sol (Málaga) | - | 4,4 | 12,8 | -0,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. (INE).

**Cuadro 3.9**

**Grado de ocupación en apartamentos turísticos de litoral.**
*Grado de ocupación por plazas*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|
| Costa de Almería | 29,4 | 27,4 | 27,2 | 23,3 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 25,8 | 24,2 | 24,4 | 24,6 |
| Costa del Sol (Málaga) | 43,1 | 43,4 | 43,9 | 37,5 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. (INE).

**Cuadro 3.10**

**Empleo en apartamentos turísticos de litoral.**

| | Personal empleado | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | 231 | 271 | 261 | 220 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 91 | 122 | 160 | 162 |
| Costa del Sol (Málaga) | 1.404 | 1.767 | 2.704 | 2.641 |
| | Incrementos anuales porcentaje | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | - | 17,0 | -3,5 | -15,8 |
| Costa de la Luz de Cádiz | - | 34,2 | 31,2 | 0,9 |
| Costa del Sol (Málaga) | - | 25,9 | 53,0 | -2,3 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. (INE).

Las plazas de los acampamentos turísticos situados en el litoral representan el 72,3 por ciento del total de plazas en acampamentos de Andalucía. Este tipo de oferta cobra mayor protagonismo en la Costa de la Luz de Huelva (Cuadro 3.11). Los mayores efectos de la recesión se produjeron en el año 2008 y se notaron con mayor intensidad en la Costa de Almería y en la Costa de la Luz de Cádiz.

Los datos de empleo confirman los comentarios anteriores (Cuadro 3.12), la Costa de Almería ve disminuir su empleo desde 2007 y en los años 2008 y 2009 lo hace a tasas superiores al 10 por ciento.; en la Costa de la Luz de Cádiz la destrucción de empleo en 2008 llegó al 14,6 por ciento aunque en 2009 presentó tasas positivas (3,3 por ciento). Y en los casos de la Costa de la Luz de Huelva y la Costa del Sol los efectos de la recesión se dejaron notar en mayor medida en términos de empleo que en términos de destrucción de plazas.

**Cuadro 3.11**

**Oferta de acampamentos turísticos en destimos de litoral.**

| | Plazas | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa dDe Almería | 8.985 | 7.728 | 6.624 | 6.550 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 12.406 | 12.499 | 11.501 | 11.648 |
| Costa Tropical (Granada) | 3.090 | 3.202 | 3.234 | 3.297 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 19.100 | 19.317 | 19.514 | 19.341 |
| Costa del Sol (Málaga) | 12.606 | 11.617 | 11.619 | 11.729 |
| | Incremento anual porcentaje | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | - | -14,0 | -14,3 | -1,1 |
| Costa de la Luz de Cádiz | - | 0,8 | -8,0 | 1,3 |
| Costa Tropical (Granada) | - | 3,6 | 1,0 | 1,9 |
| Costa de la Luz (Huelva) | - | 1,1 | 1,0 | -0,9 |
| Costa del Sol (Málaga) | - | -7,8 | 0,0 | 0,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos. (INE).

La oferta de alojamientos de turismo rural por zonas turísticas aparece en el Cuadro 3.13. El conjunto de parques naturales llegan a concentrar aproximadamente la mitad de las plazas del total de alojamientos de turismo rural de Andalucía; los principales entornos, según la oferta de alojamientos, son el Parque Natural de Sierra de Grazalema, el Parque Natural de Sierras de Cazorla, Segura y las Villas y el Parque Natural Sierras de Tejada, Almijara y Alhama.

En general, se puede afirmar que la recesión no ha dañado a la oferta de este tipo de alojamientos. De hecho en determinadas zonas turísticas durante 2008 y 2009 se ha registrado un crecimiento en la oferta de alojamientos de turismo rural (Cuadro 3.13). Las zonas más dinámicas son el Parque Natural de Aracena y Picos de Aroche y el Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas.

**Cuadro 3.12**

**Empleo en acampamentos turísticos de litoral.**

| | Personal empleado | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | 86 | 82 | 72 | 65 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 175 | 188 | 161 | 166 |
| Costa Tropical (Granada) | 34 | 38 | 38 | 38 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 149 | 159 | 155 | 147 |
| Costa del Sol (Málaga) | 124 | 126 | 131 | 115 |
| | Incremento anual porcentaje | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Costa de Almería | - | -4,3 | -12,3 | -10,2 |
| Costa de la Luz de Cádiz | - | 7,6 | -14,6 | 3,3 |
| Costa Tropical (Granada) | - | 12,3 | 0,9 | -2,0 |
| Costa de la Luz (Huelva) | - | 6,7 | -2,3 | -5,4 |
| Costa del Sol (Málaga) | - | 0,9 | 4,2 | -11,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos. (INE).

El grado de ocupación por plazas en este tipo de alojamientos es relativamente bajo (Cuadro 3.14). Los efectos de la recesión no son homogéneos entre los diversos parques naturales, en el año 2009, en general, disminuye el grado de ocupación respecto al año anterior del orden de 4 a 7 puntos porcentuales con dos salvedades: una, las tasas moderadas pero positivas de los Parques Naturales de Sierra Nevada, los Alcornocales y Sierra de Grazalema; y dos, el espectacular crecimiento del grado de ocupación en 2009 en el Parque Natural Sierras de Tejada, Almijara y Alhama.

Las cifras disponibles sobre personal empleado en los alojamientos de turismo rural por zonas turísticas aparecen en el Cuadro 3.15.

**Cuadro 3.13**

**Oferta de alojamientos de turismo rural por zonas turísticas.**

| | Número de plazas estimadas | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Parque Nacional Sierra Nevada | 280 | 274 | 276 | 327 |
| Parque Natural Los Alcornocales | 435 | 516 | 550 | 584 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | 703 | 814 | 809 | 889 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | 186 | 211 | 229 | 251 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | 305 | 431 | 452 | 409 |
| Parque Natural Sierra Nevada | 347 | 357 | 357 | 409 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | 594 | 720 | 758 | 659 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | 323 | 405 | 454 | 537 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | 494 | 531 | 601 | 684 |
| Parque Natural Sierra de las Nieves | 345 | 432 | 497 | - |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | 211 | 213 | 228 | 212 |
| | Incremento anual porcentaje | | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Parque Nacional Sierra Nevada | - | -2,2 | 0,8 | 18,5 |
| Parque Natural Los Alcornocales | - | 18,7 | 6,6 | 6,2 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | - | 15,8 | -0,6 | 9,8 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | - | 13,3 | 8,4 | 9,7 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | - | 41,5 | 4,7 | -9,4 |
| Parque Natural Sierra Nevada | - | 2,7 | 0,2 | 14,4 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | - | 21,1 | 5,4 | -13,1 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | - | 25,3 | 12,3 | 18,1 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | - | 7,6 | 13,1 | 13,8 |
| Parque Natural Sierra de las Nieves | - | 25,0 | 15,1 | - |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | - | 1,0 | 6,8 | -6,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Alojamientos de Turismo Rural. (INE).

**Cuadro 3.14**

**Grado de ocupación en alojamientos de turismo rural por zonas turísticas.**
*Grado de ocupación por plazas*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|
| Parque Nacional Sierra Nevada | 24,8 | 22,0 | 15,0 | 16,9 |
| Parque Natural Los Alcornocales | 24,3 | 20,4 | 14,9 | 15,1 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | 20,6 | 17,6 | 15,0 | 16,1 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | 18,4 | 20,0 | 18,0 | 13,9 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | 23,1 | 20,9 | 19,0 | 15,2 |
| Parque Natural Sierra Nevada | 24,9 | 28,3 | 23,9 | 16,8 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | 35,5 | 32,8 | 24,9 | 80,6 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | 23,8 | 22,4 | 21,1 | 15,7 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | 21,4 | 18,2 | 15,0 | 11,0 |
| Parque Natural Sierra de las Nieves | 21,4 | 22,4 | 25,5 | - |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | 20,5 | 17,1 | 17,5 | 14,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Alojamientos de Turismo Rural. (INE).

Para completar el análisis de la actividad turística por sectores en 2009 se incorporan las opiniones y percepciones de los empresarios, recogidas en la Encuesta al Sector Turístico[3]. Por sectores, el hotelero es el que registra la calificación más baja con un 2,5 de media sobre 5 para la trayectoria del año turístico 2009 mientras que las agencias, con 3 puntos, y las casas rurales, con 2,7, son más favorables en cuanto a su evaluación del comportamiento del sector. Recordar que la media del conjunto del sector turístico fue de 2,6.

3 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

**Cuadro 3.15**

**Empleo en alojamientos de turismo rural por zonas turística, 2009.**
*Personal empleado*

| | |
|---|---|
| Parque Nacional Sierra Nevada | 74 |
| Parque Natural Los Alcornocales | 79 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | 222 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | 39 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | 65 |
| Parque Natural Sierra Nevada | 94 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | 168 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | 167 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | 130 |
| Parque Natural Sierra de las Nieves | - |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | 29 |

Fuente: Encuesta de Ocupación Alojamientos de Turismo Rural. (INE).

El sector hotelero adquiere en esta ocasión mayor protagonismo tanto por su importancia como principal sector de alojamiento turístico como por el importante número de empresas incluidas en la muestra total de la Encuesta al Sector Turístico 2009. En cuanto a la primera cuestión, éste es el subsector turístico que peor evalúa el turismo en 2009 en Andalucía, su valoración ha disminuido progresivamente en más de un punto respecto a la evaluación del año 2006 y se encuentra por debajo de la puntuación media del conjunto del sector.

Si se observa el desglose por tipologías[4], solamente los hoteles con predominio de clientes catalogados como de demanda rural y de naturaleza superan a la media del conjunto del sector con una puntuación de 2,6 (Cuadro 3.17). La peor visión del comportamiento del sector turístico andaluz en 2009 corresponde a los

4 Ver Anexo, en particular las notas sobre la ficha técnica de la Encuesta al Sector Turístico y las divisiones por tipologías y por ubicación geográfica del establecimiento.

**Cuadro 3.16**

**Opinión del subsector hotelero sobre el comportamiento del sector turístico en Andalucía en 2009 comparado con 2008, 2007 y 2006.** *Valoración de 1 a 5*

| | Media aritmética | Desviación típica | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|---|---|
| | 2009 | | 2008 | |
| Hoteles | 2,53 | 0,92 | 3,1 | 0,79 |
| Casas rurales | 2,7 | 1,12 | 3,18 | 0,72 |
| Agencias viajes | 3 | 1,06 | 2,8 | 1,02 |
| Total | 2,58 | 0,96 | 3,04 | 0,82 |
| | 2007 | | 2006 | |
| Hoteles | 3,48 | 0,68 | 3,58 | 0,74 |
| Casas rurales | 2,93 | 0,75 | 3,47 | 0,78 |
| Agencias viajes | 3,18 | 0,75 | 3,56 | 0,79 |
| Total | 3,3 | 0,76 | 3,54 | 0,77 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 3.17**

**Opinión sobre el comportamiento del sector hotelero por tipología en Andalucía en 2009** *Valoración de 1 a 5.*

| | 2009 | |
|---|---|---|
| | Media aritmética | Desviación típica |
| Sol y Playa | 2,5 | 0,83 |
| Cultural | 2,39 | 0,92 |
| Rural | 2,62 | 0,98 |
| Negocios | 2,46 | 0,94 |
| Deportivo | 2,26 | 0,72 |
| Total Hoteles | 2,53 | 0,92 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

hoteles dedicados al turismo deportivo (2,3) seguidos de los de tipo cultural (2,4). Si se tiene en cuenta la ubicación del establecimiento (Cuadro 3.18), los hoteles de ciudad manifiestan la mejor valoración, pues con 2,7 puntos superan en 0,2 al conjunto del sector hotelero, mientras que los hoteles de interior, con una puntuación media del 2,4, ofrecen la visión más negativa de la marcha del sector en este último año.

Aunque el año 2009 haya significado un retroceso en la actividad del sector hotelero andaluz, todas las variables han descendido de forma más moderada que en el conjunto del sector turístico, siendo, con descensos del -8,2 y del -6,4 por ciento, los precios de venta y el número de trabajadores respectivamente los aspectos empresariales más afectados. La inversión, al igual que en los resultados globales, es la variable menos negativa con un descenso interanual medio del -1,2 por ciento.

**Cuadro 3.18**

**Opinión sobre el comportamiento del sector hotelero por ubicación en Andalucía en 2009**

*Valoración de 1 a 5.*

| | 2009 | |
|---|---|---|
| | Media aritmética | Desviación típica |
| Interior | 2,42 | 0,89 |
| Litoral | 2,53 | 0,92 |
| Ciudad | 2,67 | 0,93 |
| Total Hoteles | 2,53 | 0,92 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En el desglose por tipologías (Cuadro 3.19) se observa que los hoteles cuya demanda se asocia al turismo de sol y playa, con un descenso de sus beneficios del -7,4, disminuyen 3,4 puntos porcentuales más que el total del sector hotelero mientras que, en términos de inversión también retroceden 3,5 puntos porcentuales más. Los hoteles de tipología cultural también superan al conjunto del sector hotelero en materia de descenso de ventas (-6,1 por ciento), beneficios (-5,5 por ciento) y número de trabajadores (-7,3 por ciento), aunque en esta última variable, los hoteles dedicados al segmento rural y de naturaleza presenten el descenso más intenso de todas las tipologías (-9,8 por ciento) al igual que en la inversión (-5,5 por ciento). Los descensos más moderados se han producido en los hoteles que atienden una demanda de actividades deportivas, destacando el número de trabajadores que sólo ha variado un -0,8 por ciento de media respecto al 2008.

En cuanto a la localización del establecimiento hotelero (Cuadro 3.20), los hoteles de ciudad presentan la evolución más desfavorable del año 2009

descendiendo todas las variables con más intensidad que el conjunto del sector hotelero andaluz. En los hoteles de interior sucede lo mismo aunque de forma menos intensa siendo los precios de venta, al igual que en los hoteles de ciudad, el aspecto empresarial que más ha descendido. Por otra parte, los hoteles de litoral son los que menos han sufrido la contracción generalizada de la actividad, apenas manifestando descensos en sus ventas y beneficios (-0,3 por ciento ambos) e inversión (-0,6 por ciento).

**Cuadro 3.19**

**Evolución de las principales variables de actividad en el sector hotelero por tipologías en 2009.** *Tasas de variación interanual en porcentajes.*

| | Media aritmética | Desviación típica | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|---|---|
| | Hoteles de sol y playa | | Hoteles culturales | |
| Cifra de negocio (ventas) | -2,47 | 19,13 | -6,06 | 15,9 |
| Número de trabajadores | -6,26 | 14,2 | -7,29 | 19,72 |
| Precios de venta | -5,78 | 9,29 | -7,56 | 13,2 |
| Beneficios | -7,44 | 17,5 | -5,46 | 15,69 |
| Inversión | -4,76 | 12,56 | -0,13 | 4,51 |
| | Hoteles rurales y de naturaleza | | Hoteles de negocios y reuniones | |
| Cifra de negocio (ventas) | -6,44 | 15,41 | -5,8 | 15,98 |
| Número de trabajadores | -9,81 | 21,08 | -7,65 | 16,96 |
| Precios de venta | -7,98 | 14,59 | -7,92 | 10,77 |
| Beneficios | -5,63 | 17,68 | -6,72 | 16,93 |
| Inversión | -5,51 | 17,33 | -2,069 | 11,05 |
| | Hoteles deportivos | | Total sector hotelero | |
| Cifra de negocio (ventas) | -2,4 | 6,94 | -4,08 | 12,97 |
| Número de trabajadores | -0,77 | 4,98 | -6,42 | 13,69 |
| Precios de venta | -5,25 | 8,52 | -8,2 | 12 |
| Beneficios | -3,53 | 8,24 | -4,04 | 14,38 |
| Inversión | -1 | 8,45 | -1,24 | 9,08 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 3.20**

**Evolución de las principales variables de actividad en el sector hotelero por destinos en 2009.** *Tasas de variación interanual en porcentajes.*

| | Media aritmética | Desviación típica | Media aritmética | Desviación típica |
|---|---|---|---|---|
| | Hoteles de interior | | Hoteles de litoral | |
| Cifra de negocio (ventas) | -5,45 | 15,14 | -0,34 | 8,5 |
| Número de trabajadores | -7,85 | 18 | -3,2 | 8,44 |
| Precios de venta | -8,79 | 14,31 | -3,71 | 7,5 |
| Beneficios | -5,38 | 18,72 | -0,34 | 8,22 |
| Inversión | -1,76 | 12,19 | -0,59 | 5,58 |
| | Hoteles de ciudad | | Total sector hotelero | |
| Cifra de negocio (ventas) | -10,75 | 14,89 | -4,08 | 12,97 |
| Número de trabajadores | -9,58 | 12,65 | -6,42 | 13,69 |
| Precios de venta | -18,78 | 10,19 | -8,2 | 12 |
| Beneficios | -10,75 | 15,59 | -4,047 | 14,38 |
| Inversión | -1,77 | 9,53 | -1,24 | 9,08 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

# Evolución de la demanda turística

Capítulo 4

# 4. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

La aproximación a la demanda turística se va a realizar a partir de las variables número de turistas y pernoctaciones en establecimientos de alojamientos turísticos. Como se comentó en el capítulo anterior, el número de turistas que visitaron Andalucía en 2009 fue de 22,09 millones y se produjo un descenso del -12,1 por ciento respecto al año anterior, siendo la importancia relativa de la demanda extranjera, (36,8 por ciento) y de la demanda española (63,2 por ciento). La evolución de la demanda española en 2009 se caracteriza por un importante deterioro, caída del -9,2 por ciento, aunque de intensidad inferior a la experimentada por el número de turistas extranjeros. Y dentro del colectivo del turismo nacional, los turistas procedentes de Andalucía son los que tienen aún una mejor evolución en términos comparativos (-6 por ciento) frente a los turistas del resto de España.

**Cuadro 4.1**

**Procedencia de los turistas de Andalucía, 2009.**

| | Total turistas | Distribución Porcentaje | Crecimiento 2008/2009 Porcentaje |
|---|---|---|---|
| Andalucía | 22.099.888 | 100 | -12,1 |
| Prodedentes de España | 13.967.129 | 63,2 | -9,2 |
| Procedentes Andalucía | 7.469.762 | 33,8 | -6,0 |
| Resto de España | 6.497.367 | 29,4 | -12,7 |
| Procedentes del extranjero | 8.132.759 | 36,8 | -16,6 |
| Unión Europea | 6.011.170 | 27,2 | -18,1 |
| Resto del mundo | 2.121.589 | 9,6 | -12,1 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

La evolución de los dos segmentos que componen la demanda nacional para el periodo 2003-2009, confirma que la recesión ha afectado en mayor medida en la demanda española al colectivo de turistas procedentes del Resto de España en los años 2008 y 2009. La evolución de la demanda extranjera en 2009 es muy

negativa con un decremento anual del -16,6 por ciento, siendo aún algo mayor en los turistas procedentes de la Unión Europea. En el periodo 2003-2009 la demanda extranjera tiene un comportamiento bastante irregular y desde que comenzó la

**Cuadro 4.2**

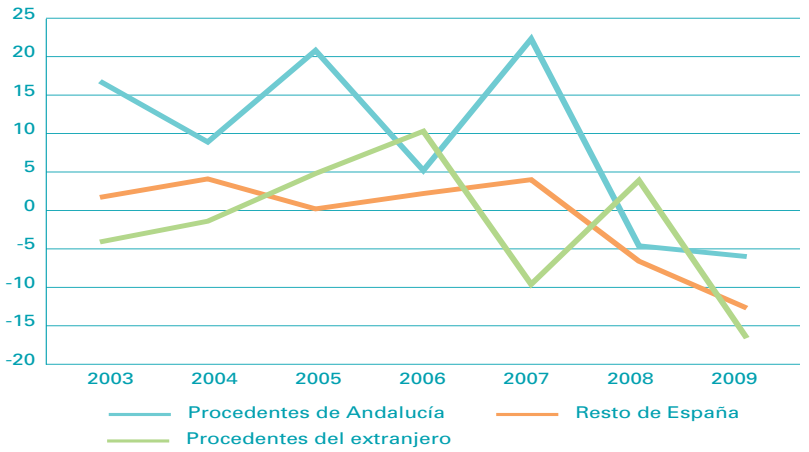
**Procedencia de los turistas de Andalucía, 2009.**
*Tasas de variación en porcentaje*

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Procedentes Andalucía | 16,8 | 8,9 | 20,8 | 5,2 | 22,3 | -4,6 | -6,0 |
| Resto de España | 1,7 | 4,1 | 0,2 | 2,2 | 4,0 | -6,6 | -12,7 |
| Procedentes del extranjero | -4,1 | -1,4 | 4,8 | 10,3 | -9,6 | 3,9 | -16,6 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

**Gráfico 4.1**

**Evolución de turistas según procedencia.**
*Tasas anuales de crecimiento*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

recesión se vio especialmente impactada en el año 2009, los datos disponibles indican que esta demanda se mantuvo con una tasa positiva de crecimiento en 2008.

El reparto de la demanda turística total por provincias refleja que Málaga acumula el 34,4 por ciento del flujo turístico de Andalucía y le siguen en orden de importancia, Cádiz y Granada.

**Cuadro 4.3**

**Distribución provincial de los turistas en Andalucía 2009**

*Porcentaje*

| Andalucía (Número) | 22.099.888 |
|---|---|
| Almería | 8,5 |
| Cádiz | 15,4 |
| Córdoba | 5,0 |
| Granada | 13,6 |
| Huelva | 8,0 |
| Jaén | 3,5 |
| Málaga | 34,4 |
| Sevilla | 11,6 |

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

**Cuadro 4.4**

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros 2009 por provincias.**

| | Pernoctaciones 2009 | Porcentaje | Crecimiento 2008/2009 Porcentaje |
|---|---|---|---|
| Almería | 4.471.232 | 11,0 | -9,0 |
| Cádiz | 6.538.413 | 16,1 | -3,2 |
| Córdoba | 1.346.918 | 3,3 | -11,3 |
| Granada | 4.413.567 | 10,8 | -7,3 |
| Huelva | 3.632.170 | 8,9 | -0,7 |
| Jaén | 861.846 | 2,1 | -7,1 |
| Málaga | 15.472.154 | 38,0 | -11,2 |
| Sevilla | 3.946.488 | 9,7 | -6,1 |
| Andalucía | 40.682.784 | 100 | -7,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 4.5**

**Evolución de las pernoctaciones hoteleras según residencia y por provincias. Incrementos anuales.** *Tasas de variación anual en porcentaje.*

| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
|---|---|---|---|---|
| 2007 | Nacional | 1,3 | 2,1 | 1,7 |
| | Andalucía | 1,3 | 2,8 | 2,0 |
| | Almería | 0,0 | -4,0 | -1,1 |
| | Cádiz | 7,7 | 0,3 | 4,8 |
| | Córdoba | 0,4 | 16,2 | 4,8 |
| | Granada | -0,7 | 2,0 | 0,3 |
| | Huelva | 2,6 | -5,6 | 0,3 |
| | Jaén | 11,1 | 3,0 | 10,1 |
| | Málaga | -2,4 | 5,0 | 2,1 |
| | Sevilla | 0,7 | 1,1 | 0,9 |
| 2008 | Nacional | -2,9 | 0,2 | -1,2 |
| | Andalucía | -2,4 | 0,4 | -1,1 |
| | Almería | 3,4 | -6,3 | 0,8 |
| | Cádiz | -6,4 | -4,2 | -5,6 |
| | Córdoba | -6,3 | -0,5 | -4,5 |
| | Granada | -4,9 | -3,8 | -4,5 |
| | Huelva | -0,5 | 13,9 | 3,3 |
| | Jaén | -12,0 | -20,4 | -13,0 |
| | Málaga | 1,5 | 3,3 | 2,6 |
| | Sevilla | -7,0 | -5,5 | -6,3 |
| 2009 | Nacional | -3,0 | -8,6 | -6,2 |
| | Andalucía | -3,3 | -13,6 | -8,0 |
| | Almería | -4,7 | -23,2 | -9,3 |
| | Cádiz | -1,9 | -7,0 | -3,8 |
| | Córdoba | -9,2 | -16,0 | -11,4 |
| | Granada | -0,1 | -18,4 | -7,1 |
| | Huelva | 3,9 | -12,5 | -1,0 |
| | Jaén | -7,9 | -2,5 | -7,4 |
| | Málaga | -6,1 | -14,2 | -11,3 |
| | Sevilla | -3,7 | -8,9 | -6,1 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Según la variable pernoctaciones en establecimientos hoteleros, en el año 2009 se alcanzaron 40,68 millones de pernoctaciones en Andalucía concentrando la provincia de Málaga hasta el 38 por ciento de las mismas, seguido a cierta distancia por Cádiz (16,1 por ciento). El comportamiento de la demanda turística en 2009 es bien diferente por provincias, las más castigadas por la crisis económica fueron Málaga, Córdoba y Almería (Cuadro 4.4)

En el año 2009 la demanda nacional en Andalucía, según pernoctaciones hoteleras, evoluciona de la misma forma que en el conjunto de España (-3,3 por ciento), pero la demanda extranjera se deteriora con mayor intensidad en Andalucía (-13,6 por ciento). Las provincias en las cuales se manifiesta con mayor rotundidad la caída de la demanda extranjera son Almería (-23,2 por ciento), Granada (-18,4 por ciento) y Córdoba (-16 por ciento).

En el litoral andaluz se contabiliza hasta el 70,8 por ciento de las pernoctaciones hoteleras de Andalucía en 2009, con un total de 28,80 millones (Cuadro 4.6); con la particularidad de que en la Costa del Sol se produce el 36,1 por ciento y en la Costa de la Luz de Cádiz el 13,9 por ciento. Los destinos de litoral que experimentan mayores caídas de la demanda extranjera en 2009 son, con diferencia, la Costa Tropical (-43,8 por ciento) y la Costa de Almería (-23,8 por ciento). En el caso de la Costa Tropical la evolución tan negativa de la demanda extranjera se ve compensada parcialmente con un crecimiento en el turismo nacional del 17,9 por ciento. En la Costa del Sol los efectos de la crisis han provocado una disminución del -13,7 por ciento en 2009 en la demanda extranjera aunque en 2008 había conseguido una tasa positiva.

**Cuadro 4.6**

**Evolución de las pernoctaciones hoteleras según residencia y destinos de litoral.**
*Número de pernoctaciones*

| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
|---|---|---|---|---|
| 2006 | Costa de Almería | 3.249.561 | 1.318.569 | 4.568.130 |
| | Costa de la Luz de Cádiz | 3.466.857 | 2.345.005 | 5.811.862 |
| | Costa Tropical (Granada) | 624.371 | 365.000 | 989.371 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | 2.210.989 | 942.518 | 3.153.507 |
| | Costa del Sol (Málaga) | 5.816.046 | 9.806.569 | 15.622.615 |
| 2007 | Costa de Almería | 3.408.023 | 1.260.623 | 4.668.646 |
| | Costa de la Luz de Cádiz | 3.839.908 | 2.351.327 | 6.191.235 |
| | Costa Tropical (Granada) | 625.965 | 371.691 | 997.656 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | 2.310.645 | 912.896 | 3.223.541 |
| | Costa del Sol (Málaga) | 5.770.811 | 10.164.865 | 15.935.676 |
| 2008 | Costa de Almería | 3.513.189 | 1.176.371 | 4.689.560 |
| | Costa de la Luz de Cádiz | 3.682.336 | 2.247.273 | 5.929.609 |
| | Costa Tropical (Granada) | 574.460 | 359.247 | 933.707 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | 2.266.562 | 1.029.069 | 3.295.631 |
| | Costa del Sol (Málaga) | 5.936.886 | 10.548.212 | 16.485.098 |
| 2009 | Costa de Almería | 3.380.738 | 898.030 | 4.278.768 |
| | Costa de la Luz de Cádiz | 3.585.394 | 2.079.361 | 5.664.755 |
| | Costa Tropical (Granada) | 677.464 | 201.805 | 879.269 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | 2.389.002 | 897.702 | 3.286.704 |
| | Costa del Sol (Málaga) | 5.593.850 | 9.099.297 | 14.693.147 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 4.7**

**Evolución de las pernoctaciones hoteleras según residencia y destinos de litoral.**
*Incrementos anuales en porcentaje*

| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero |
|---|---|---|---|
| 2007 | Costa de Almería | 4,9 | -4,4 |
| | Costa de la Luz (Cádiz) | 10,8 | 0,3 |
| | Costa Tropical (Granada) | 0,3 | 1,8 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | 4,5 | -3,1 |
| | Costa del Sol (Málaga) | -0,8 | 3,7 |
| 2008 | Costa de Almería | 3,1 | -6,7 |
| | Costa de la Luz (Cádiz) | -4,1 | -4,4 |
| | Costa Tropical (Granada) | -8,2 | -3,3 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | -1,9 | 12,7 |
| | Costa del Sol (Málaga) | 2,9 | 3,8 |
| 2009 | Costa de Almería | -3,8 | -23,7 |
| | Costa de la Luz (Cádiz) | -2,6 | -7,5 |
| | Costa Tropical (Granada) | 17,9 | -43,8 |
| | Costa de la Luz (Huelva) | 5,4 | -12,8 |
| | Costa del Sol (Málaga) | -5,8 | -13,7 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 4.8**

**Pernoctaciones hoteleras según residencia y por ciudades.**
*Número*

| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
|---|---|---|---|---|
| 2006 | Almería | 359.720 | 68.598 | 428.318 |
| | Algeciras | 198.553 | 122.136 | 320.689 |
| | Jerez de la Frontera | 348.464 | 209.467 | 557.931 |
| | Córdoba | 773.889 | 364.007 | 1.137.896 |
| | Granada | 1.362.151 | 1.185.364 | 2.547.515 |
| | Málaga | 732.657 | 526.571 | 1.259.228 |
| | Sevilla | 1.732.522 | 1.756.972 | 3.489.494 |
| 2007 | Almería | 387.243 | 89.336 | 476.579 |
| | Algeciras | 236.155 | 127.251 | 363.406 |
| | Jerez de la Frontera | 384.945 | 199.147 | 584.092 |
| | Córdoba | 772.077 | 422.386 | 1.194.463 |
| | Granada | 1.427.656 | 1.284.794 | 2.712.450 |
| | Málaga | 777.294 | 503.454 | 1.280.748 |
| | Sevilla | 1.688.723 | 1.731.415 | 3.420.138 |
| 2008 | Almería | 462.640 | 121.404 | 584.044 |
| | Algeciras | 151.122 | 73.659 | 224.781 |
| | Jerez de la Frontera | 325.904 | 191.771 | 517.675 |
| | Córdoba | 728.471 | 405.878 | 1.134.349 |
| | Granada | 1.422.307 | 1.154.714 | 2.577.021 |
| | Málaga | 818.487 | 575.384 | 1.393.871 |
| | Sevilla | 1.587.348 | 1.622.407 | 3.209.755 |
| 2009 | Almería | 485.011 | 114.118 | 599.129 |
| | Algeciras | 134.179 | 58.334 | 192.513 |
| | Jerez de la Frontera | 317.029 | 163.977 | 481.006 |
| | Córdoba | 699.364 | 361.552 | 1.060.916 |
| | Granada | 1.424.870 | 1.083.672 | 2.508.542 |
| | Málaga | 799.797 | 612.280 | 1.412.077 |
| | Sevilla | 1.597.389 | 1.480.636 | 3.078.025 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

La estancia media en los establecimientos hoteleros en los destinos de litoral de Andalucía es de 3,6 días en promedio en el periodo 2006-2009 (Cuadro 4.9). Oscila entre los 2,8 días de la Costa de la Luz de Cádiz y los 3,9 días de la Costa de Almería. En el destino ciudad, la estancia media es inferior, de 1,8 días como promedio del periodo 2006-2009 (Cuadro 4.10).

**Cuadro 4.9**

**Estancia media establecimientos hoteleros por destinos de litoral.**
*Días*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Media 2006-2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| Costa de Almería | 4,0 | 3,9 | 3,8 | 3,8 | 3,9 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,8 | 2,8 |
| Costa Tropical (Granada) | 3,6 | 4,1 | 4,1 | 3,7 | 3,9 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 3,8 | 3,6 | 3,4 | 3,6 | 3,6 |
| Costa del Sol (Málaga) | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,8 | 3,7 |
| Promedio | 6,6 | 6,0 | 6,3 | 6,2 | 6,3 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 4.10**

**Estancia media establecimientos hoteleros por ciudades.**
*Días*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Media 2006-2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| Almería | 1,9 | 1,8 | 1,9 | 2,0 | 1,9 |
| Algeciras | 1,7 | 1,6 | 1,7 | 1,8 | 1,7 |
| Jerez de La Frontera | 1,9 | 1,9 | 2,0 | 2,1 | 2,0 |
| Córdoba | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 |
| Granada | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| Málaga | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 1,8 |
| Sevilla | 1,9 | 1,9 | 1,8 | 1,9 | 1,9 |
| Promedio | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 1,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 4.11**

**Pernoctaciones en apartamentos turísticos según residencia y por provincias.**
*Número*

| | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | | Peso provincial porcentaje |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | |
| Nacional | 16.183.837 | 56.583.436 | 72.767.273 | 16.556.708 | 54.110.763 | 70.667.471 | 15.848.529 | 52.500.501 | 68.349.030 | 14.801.784 | 44.158.301 | 58.960.085 | - |
| Andalucía | 2.092.404 | 3.270.613 | 5.363.017 | 2.132.704 | 3.363.338 | 5.496.042 | 2.061.832 | 3.797.425 | 5.859.257 | 2.077.765 | 3.102.905 | 5.180.670 | 100,0 |
| Almería | 597.216 | 252.009 | 849.225 | 547.061 | 230.026 | 777.087 | 488.719 | 205.231 | 693.950 | 469.896 | 132.431 | 602.327 | 11,6 |
| Cádiz | 144.519 | 40.169 | 184.688 | 167.796 | 54.352 | 222.148 | 185.910 | 59.147 | 245.057 | 183.705 | 57.778 | 241.483 | 4,7 |
| Córdoba | 14.998 | 7.286 | 22.284 | 15.093 | 6.145 | 21.238 | 14.563 | 7.718 | 22.281 | 18.450 | 8.087 | 26.537 | 0,5 |
| Granada | 310.134 | 102.138 | 412.272 | 300.093 | 90.307 | 390.400 | 261.552 | 56.318 | 317.870 | 206.253 | 52.210 | 258.463 | 5,0 |
| Huelva | 162.371 | 62.716 | 225.087 | 147.855 | 60.250 | 208.105 | 164.991 | 9.095 | 174.086 | 227.910 | 22.267 | 250.177 | 4,8 |
| Jaén | 145.821 | 2.968 | 148.789 | 120.763 | 1.686 | 122.449 | 111.895 | 3.194 | 115.089 | 115.084 | 1.991 | 117.075 | 2,3 |
| Málaga | 602.070 | 2.748.913 | 3.350.983 | 682.604 | 2.862.935 | 3.545.539 | 685.851 | 3.389.338 | 4.075.189 | 684.212 | 2.760.759 | 3.444.971 | 66,5 |
| Sevilla | 115.275 | 54.414 | 169.689 | 151.441 | 57.634 | 209.075 | 148.358 | 67.389 | 215.747 | 172.253 | 67.379 | 239.632 | 4,6 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos (INE).

El número de pernoctaciones en apartamentos turísticos en 2009 fue de 5,18 millones de pernoctaciones, la provincia de Málaga atrae el 66,5 por ciento de la demanda de alojamientos en apartamentos seguida a bastante distancia de la provincia de Almería (11,6 por ciento).

En 2009, la demanda extranjera de alojamientos en apartamentos turísticos (59,9 por ciento) es superior a la demanda nacional; aunque en el destino líder en este segmento, provincia de Málaga, la proporción de residentes extranjeros es mucho más elevada (80 por ciento).

La evolución en 2009 de las pernoctaciones en apartamentos turísticos en Andalucía es algo mejor que en el conjunto de España (Cuadro 4.12) y el descenso pronunciado de la demanda extranjera (-18,3 por ciento) contrasta con la débil pero positiva tasa de crecimiento de la demanda nacional (0,8 por ciento). Los impactos de la recesión por provincias son bien diferentes tanto a nivel de total como en los componentes extranjero y nacional de la demanda de este tipo de alojamientos. El comportamiento en 2009 de la provincia de Málaga es, lógicamente, muy similar al del conjunto de Andalucía; pero las provincias de Córdoba y Huelva en cambio experimentan incrementos de las pernoctaciones en apartamentos con cifras elevadas, en especial Huelva.

Con datos del año 2009, las pernoctaciones en apartamentos turísticos en destinos de litoral (Costa de Almería, Costa de la Luz de Cádiz y Costa del Sol) llegan a concentrar hasta el 80,8 por ciento de la demanda regional; la Costa del Sol por sí sola tiene una importancia relativa del 64,8 por ciento. En los destinos del litoral se detecta nítidamente la mayor debilidad de la demanda extranjera en 2009, sobre todo en la Costa de Almería (Cuadro 4.13).

En cuanto a la estancia media en los apartamentos turísticos de los destinos de litoral se sitúa en 6,3 días como promedio del periodo 2006-2009 para el conjunto de litoral; en la Costa del Sol este promedio es superior, de 7,8 días para el periodo comentado.

**Cuadro 4.12**

**Evolución de las pernoctaciones en apartamentos turísticos según residencia y por provincias.** *Tasas de variación interanual en porcentaje*

| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
|---|---|---|---|---|
| 2007 | Nacional | 2,3 | -4,4 | -2,9 |
| | Andalucía | 1,9 | 2,8 | 2,5 |
| | Almería | -8,4 | -8,7 | -8,5 |
| | Cádiz | 16,1 | 35,3 | 20,3 |
| | Córdoba | 0,6 | -15,7 | -4,7 |
| | Granada | -3,2 | -11,6 | -5,3 |
| | Huelva | -8,9 | -3,9 | -7,5 |
| | Jaén | -17,2 | -43,2 | -17,7 |
| | Málaga | 13,4 | 4,1 | 5,8 |
| | Sevilla | 31,4 | 5,9 | 23,2 |
| 2008 | Nacional | -4,3 | -3,0 | -3,3 |
| | Andalucía | -3,3 | 12,9 | 6,6 |
| | Almería | -10,7 | -10,8 | -10,7 |
| | Cádiz | 10,8 | 8,8 | 10,3 |
| | Córdoba | -3,5 | 25,6 | 4,9 |
| | Granada | -12,8 | -37,6 | -18,6 |
| | Huelva | 11,6 | -84,9 | -16,3 |
| | Jaén | -7,3 | 89,4 | -6,0 |
| | Málaga | 0,5 | 18,4 | 14,9 |
| | Sevilla | -2,0 | 16,9 | 3,2 |
| 2009 | Nacional | -6,6 | -15,9 | -13,7 |
| | Andalucía | 0,8 | -18,3 | -11,6 |
| | Almería | -3,9 | -35,5 | -13,2 |
| | Cádiz | -1,2 | -2,3 | -1,5 |
| | Córdoba | 26,7 | 4,8 | 19,1 |
| | Granada | -21,1 | -7,3 | -18,7 |
| | Huelva | 38,1 | 144,8 | 43,7 |
| | Jaén | 2,8 | -37,7 | 1,7 |
| | Málaga | -0,2 | -18,5 | -15,5 |
| | Sevilla | 16,1 | 0,0 | 11,1 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos (INE).

**Cuadro 4.13**

**Evolución de las pernoctaciones en apartamentos turísticos según residencia y destinos de litoral.**

*Número y Tasas de variación interanual en porcentaje*

| | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Pernoctaciones** | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| Costa de Almería | 587.326 | 251.971 | 839.297 | 534.404 | 229.967 | 764.371 | 481.921 | 204.893 | 686.814 | 463.270 | 132.299 | 595.569 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 133.247 | 36.198 | 169.445 | 155.286 | 49.755 | 205.041 | 177.363 | 56.601 | 233.964 | 176.924 | 53.953 | 230.877 |
| Costa del Sol (Málaga) | 567.790 | 2.722.514 | 3.290.304 | 648.527 | 2.837.277 | 3.485.804 | 647.779 | 3.344.421 | 3.992.200 | 628.706 | 2.730.470 | 3.359.176 |
| **Incrementos anuales (porcentaje)** | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| Costa de Almería | | | | -9,0 | -8,7 | -8,9 | -9,8 | -10,9 | -10,1 | -3,9 | -35,4 | -13,3 |
| Costa de la Luz de Cádiz | | | | 16,5 | 37,5 | 21,0 | 14,2 | 13,8 | 14,1 | -0,2 | -4,7 | -1,3 |
| Costa del Sol (Málaga) | | | | 14,2 | 4,2 | 5,9 | -0,1 | 17,9 | 14,5 | -2,9 | -18,4 | -15,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos (INE).

**Cuadro 4.14**

**Estancia media apartamentos turísticos por destinos de litoral.**
*Dias*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Media 2006-2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| Costa de Almería | 7,2 | 5,8 | 6,1 | 7,6 | 6,7 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 4,4 | 4,8 | 4,5 | 3,7 | 4,3 |
| Costa del Sol (Málaga) | 8,0 | 7,6 | 8,2 | 7,2 | 7,8 |
| Promedio | 6,6 | 6,0 | 6,3 | 6,2 | 6,3 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos (INE).

En los acampamentos turísticos en Andalucía en 2009 el número de pernoctaciones fue de 3,73 millones y las provincias más relevantes han sido Málaga (27,2 por ciento) y Almería (22,8 por ciento). La mayor demanda de este tipo de alojamientos se debe a los turistas nacionales que lo utilizan en un 59,6 por ciento del total; aunque en el caso de la provincia de Málaga el 61,7 por ciento de la demanda corresponde al turista extranjero.

La evolución en 2009 de las pernoctaciones en acampamentos en Andalucía se comporta de forma muy distinta a España y su comportamiento es relativamente mejor. La demanda extranjera de estos alojamientos crecen en la región un 3 por ciento manteniéndose prácticamente estable en el caso de la demanda nacional. La amplia casuística que se da a nivel de provincias respecto a la evolución reciente de esta variable complica obtener conclusiones, si bien, contrasta los descensos acusados en la demanda (tanto por parte de residentes en España como de residentes en el extranjero) de las provincias de Córdoba y Sevilla con las tasas de crecimiento positivas de Málaga.

Si se atiende al destino litoral, el conjunto de estos destinos concentran hasta el 81,7 por ciento del total de pernoctaciones en acampamentos turísticos de Andalucía en 2009; sobre todo por la participación de la Costa del Sol y la Costa de la Luz (Cuadro 4.17). En 2009, el destino de litoral más dinámico

**Cuadro 4.15**

**Pernoctaciones en acampamentos según residencia y por provincias.**
*Número*

| | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | | Peso provincial porcentaje |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | |
| Nacional | 17.478.871 | 14.443.301 | 31.922.172 | 16.840.815 | 14.493.918 | 31.334.733 | 16.529.996 | 14.540.454 | 31.070.450 | 16.698.541 | 13.880.095 | 30.578.636 | - |
| Andalucía | 2.517.604 | 1.535.305 | 4.052.909 | 2.422.832 | 1.481.370 | 3.904.202 | 2.225.352 | 1.465.363 | 3.690.715 | 2.223.989 | 1.508.595 | 3.732.584 | 100,0 |
| Almería | 194.331 | 221.362 | 415.693 | 212.674 | 247.125 | 459.799 | 205.356 | 255.545 | 460.901 | 184.355 | 263.809 | 448.164 | 12,0 |
| Cádiz | 679.639 | 220.420 | 900.059 | 622.064 | 237.293 | 859.357 | 590.995 | 247.482 | 838.477 | 618.420 | 231.566 | 849.986 | 22,8 |
| Córdoba | 67.802 | 81.934 | 149.736 | 76.525 | 75.689 | 152.214 | 66.666 | 68.874 | 135.540 | 55.067 | 55.843 | 110.910 | 3,0 |
| Granada | 215.971 | 230.536 | 446.507 | 190.909 | 213.060 | 403.969 | 182.458 | 207.266 | 389.724 | 181.506 | 187.101 | 368.607 | 9,9 |
| Huelva | 760.445 | 97.445 | 857.890 | 774.557 | 93.276 | 867.833 | 679.096 | 83.804 | 762.900 | 652.285 | 81.510 | 733.795 | 19,7 |
| Jaén | 110.494 | 15.402 | 125.896 | 109.099 | 11.594 | 120.693 | 104.095 | 13.715 | 117.810 | 111.183 | 12.427 | 123.610 | 3,3 |
| Málaga | 411.283 | 602.754 | 1.014.037 | 366.370 | 543.517 | 909.887 | 331.516 | 533.215 | 864.731 | 388.891 | 627.799 | 1.016.690 | 27,2 |
| Sevilla | 77.637 | 65.452 | 143.089 | 70.636 | 59.818 | 130.454 | 65.172 | 55.462 | 120.634 | 32.279 | 48.544 | 80.823 | 2,2 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos (INE).

**Cuadro 4.16**

**Evolución de las pernoctaciones en acampamentos según residencia y por provincias.** *Tasas de variación interanual en porcentaje*

| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
|---|---|---|---|---|
| 2007 | Nacional | -3,7 | 0,4 | -1,8 |
| | Andalucía | -3,8 | -3,5 | -3,7 |
| | Almería | 9,4 | 11,6 | 10,6 |
| | Cádiz | -8,5 | 7,7 | -4,5 |
| | Córdoba | 12,9 | -7,6 | 1,7 |
| | Granada | -11,6 | -7,6 | -9,5 |
| | Huelva | 1,9 | -4,3 | 1,2 |
| | Jaén | -1,3 | -24,7 | -4,1 |
| | Málaga | -10,9 | -9,8 | -10,3 |
| | Sevilla | -9,0 | -8,6 | -8,8 |
| 2008 | Nacional | -1,8 | 0,3 | -0,8 |
| | Andalucía | -8,2 | -1,1 | -5,5 |
| | Almería | -3,4 | 3,4 | 0,2 |
| | Cádiz | -5,0 | 4,3 | -2,4 |
| | Córdoba | -12,9 | -9,0 | -11,0 |
| | Granada | -4,4 | -2,7 | -3,5 |
| | Huelva | -12,3 | -10,2 | -12,1 |
| | Jaén | -4,6 | 18,3 | -2,4 |
| | Málaga | -9,5 | -1,9 | -5,0 |
| | Sevilla | -7,7 | -7,3 | -7,5 |
| 2009 | Nacional | 1,0 | -4,5 | -1,6 |
| | Andalucía | -0,1 | 3,0 | 1,1 |
| | Almería | -10,2 | 3,2 | -2,8 |
| | Cádiz | 4,6 | -6,4 | 1,4 |
| | Córdoba | -17,4 | -18,9 | -18,2 |
| | Granada | -0,5 | -9,7 | -5,4 |
| | Huelva | -3,9 | -2,7 | -3,8 |
| | Jaén | 6,8 | -9,4 | 4,9 |
| | Málaga | 17,3 | 17,7 | 17,6 |
| | Sevilla | -50,5 | -12,5 | -33,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos (INE).

**Cuadro 4.17**

**Evolución de las pernoctaciones en acampamentos según residencia y por destinos de litoral.**

*Número y tasa de variación interanual en porcentaje*

| **Pernoctaciones** | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| Costa de Almería | 177.302 | 197.770 | 375.072 | 202.685 | 213.156 | 415.841 | 193.206 | 221.952 | 415.158 | 174.170 | 231.554 | 405.724 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 632.089 | 210.581 | 842.670 | 577.945 | 220.652 | 798.597 | 546.654 | 234.078 | 780.732 | 580.906 | 222.081 | 802.987 |
| Costa Tropical (Granada) | 133.588 | 98.528 | 232.116 | 120.697 | 103.969 | 224.666 | 109.944 | 93.282 | 203.226 | 115.248 | 77.757 | 193.005 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 749.097 | 95.446 | 844.543 | 762.598 | 91.284 | 853.882 | 667.002 | 80.810 | 747.812 | 635.081 | 76.678 | 711.759 |
| Costa del Sol (Málaga) | 362.440 | 574.999 | 937.439 | 306.406 | 510.658 | 817.064 | 277.377 | 504.554 | 781.931 | 334.071 | 602.155 | 936.226 |
| **Incremento anual (porcentaje)** | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| Costa de Almería | | | | 14,3 | 7,8 | 10,9 | -4,7 | 4,1 | -0,2 | -9,9 | 4,3 | -2,3 |
| Costa de la Luz de Cádiz | | | | -8,6 | 4,8 | -5,2 | -5,4 | 6,1 | -2,2 | 6,3 | -5,1 | 2,9 |
| Costa Tropical (Granada) | | | | -9,6 | 5,5 | -3,2 | -8,9 | -10,3 | -9,5 | 4,8 | -16,6 | -5,0 |
| Costa de la Luz (Huelva) | | | | 1,8 | -4,4 | 1,1 | -12,5 | -11,5 | -12,4 | -4,8 | -5,1 | -4,8 |
| Costa del Sol (Málaga) | | | | -15,5 | -11,2 | -12,8 | -9,5 | -1,2 | -4,3 | 20,4 | 19,3 | 19,7 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos (INE).

fue la Costa del Sol que llegó a incrementar las pernoctaciones en un 19,7 por ciento respecto al año anterior. Igualmente, la estancia media en los acampamentos turísticos en destinos de litoral muestran un valor promedio de 6 días en el periodo 2006-2009, siendo relativamente más elevado en la Costa del Sol (Cuadro 4.18).

**Cuadro 4.18**

**Estancia media acampamentos turísticos por destinos de litoral.**
*Dias*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Media 2006-2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| Costa de Almería | 6,9 | 7,6 | 7,6 | 8,7 | 7,7 |
| Costa de la Luz de Cádiz | 3,6 | 3,7 | 4,0 | 3,9 | 3,8 |
| Costa Tropical (Granada) | 5,7 | 7,2 | 6,4 | 6,0 | 6,3 |
| Costa de la Luz (Huelva) | 4,0 | 4,7 | 5,3 | 6,1 | 5,0 |
| Costa del Sol (Málaga) | 10,0 | 8,8 | 9,7 | 11,8 | 10,1 |
| Promedio | 6,9 | 6,4 | 6,6 | 7,3 | 6,6 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos (INE).

Las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural en Andalucía en 2009 ascendieron a 547.353 pernoctaciones y las provincias que atienden en mayor medida esta demanda son Málaga (36,2 por ciento) y Córdoba (14,6 por ciento). Predomina la demanda nacional en el uso de este tipo de alojamiento (76,1 por ciento).

La evolución en 2009 de este tipo de pernoctaciones presenta en Andalucía un comportamiento algo más negativo respecto a España, aunque la demanda interior creció con más intensidad en Andalucía, 5,5 por ciento (3 p.p. más); especialmente por la intensa caída de la demanda extranjera (-19 por ciento). Por provincias las evoluciones son muy desiguales y contrasta situaciones de fuertes caídas en la demanda nacional y extranjera, como en la provincia de Huelva, y por el contrario, con crecimientos altos en ambos tipos de demandas en la provincia de Almería.

**Cuadro 4.19**

**Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural según residencia y por provincias.**
*Número*

| | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | | Peso provincial porcentaje |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | |
| Nacional | 6.134.575 | 1.303.808 | 7.438.383 | 6.638.183 | 1.300.440 | 7.938.623 | 6.475.854 | 1.368.071 | 7.843.925 | 6.637.833 | 1.262.981 | 7.900.814 | |
| Andalucía | 421.522 | 162.167 | 583.689 | 441.462 | 156.417 | 597.879 | 394.939 | 161.527 | 556.466 | 416.594 | 130.759 | 547.353 | 100,0 |
| Almería | 24.435 | 4.420 | 28.855 | 24.402 | 3.114 | 27.516 | 18.178 | 3.678 | 21.856 | 21.003 | 4.904 | 25.907 | 4,7 |
| Cádiz | 42.873 | 16.211 | 59.084 | 44.877 | 11.943 | 56.820 | 41.488 | 13.473 | 54.961 | 40.799 | 19.965 | 60.764 | 11,1 |
| Córdoba | 50.897 | 19.392 | 70.289 | 67.121 | 21.637 | 88.758 | 58.213 | 26.101 | 84.314 | 54.960 | 24.855 | 79.815 | 14,6 |
| Granada | 33.265 | 21.134 | 54.399 | 36.358 | 30.005 | 66.363 | 32.648 | 32.064 | 64.712 | 44.361 | 19.463 | 63.824 | 11,7 |
| Huelva | 33.022 | 6.753 | 39.775 | 37.828 | 5.959 | 43.787 | 43.305 | 11.668 | 54.973 | 28.657 | 6.940 | 35.597 | 6,5 |
| Jaén | 59.760 | 2.597 | 62.357 | 57.221 | 4.494 | 61.715 | 50.889 | 1.251 | 52.140 | 52.818 | 1.989 | 54.807 | 10,0 |
| Málaga | 161.137 | 83.886 | 245.023 | 155.450 | 72.442 | 227.892 | 131.562 | 65.187 | 196.749 | 150.884 | 47.002 | 197.886 | 36,2 |
| Sevilla | 16.133 | 7.772 | 23.905 | 18.203 | 6.824 | 25.027 | 18.662 | 8.108 | 26.770 | 23.105 | 5.643 | 28.748 | 5,3 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Establecimientos de Turismo Rural (INE).

**Cuadro 4.20**

**Evolución de las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural según residencia y por provincias.** *Tasa de variación interanual en porcentaje*

| | | 2007 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| 2007 | Nacional | 8,2 | -0,3 | 6,7 |
| | Andalucía | 4,7 | -3,5 | 2,4 |
| | Almería | -0,1 | -29,5 | -4,6 |
| | Cádiz | 4,7 | -26,3 | -3,8 |
| | Córdoba | 31,9 | 11,6 | 26,3 |
| | Granada | 9,3 | 42,0 | 22,0 |
| | Huelva | 14,6 | -11,8 | 10,1 |
| | Jaén | -4,2 | 73,0 | -1,0 |
| | Málaga | -3,5 | -13,6 | -7,0 |
| | Sevilla | 12,8 | -12,2 | 4,7 |
| 2008 | Nacional | -2,4 | 5,2 | -1,2 |
| | Andalucía | -10,5 | 3,3 | -6,9 |
| | Almería | -25,5 | 18,1 | -20,6 |
| | Cádiz | -7,6 | 12,8 | -3,3 |
| | Córdoba | -13,3 | 20,6 | -5,0 |
| | Granada | -10,2 | 6,9 | -2,5 |
| | Huelva | 14,5 | 95,8 | 25,5 |
| | Jaén | -11,1 | -72,2 | -15,5 |
| | Málaga | -15,4 | -10,1 | -13,7 |
| | Sevilla | 2,5 | 18,8 | 7,0 |
| 2009 | Nacional | 2,5 | -7,7 | 0,7 |
| | Andalucía | 5,5 | -19,0 | -1,6 |
| | Almería | 15,5 | 33,3 | 18,5 |
| | Cádiz | -1,7 | 48,2 | 10,6 |
| | Córdoba | -5,6 | -4,8 | -5,3 |
| | Granada | 35,9 | -39,3 | -1,4 |
| | Huelva | -33,8 | -40,5 | -35,2 |
| | Jaén | 3,8 | 59,0 | 5,1 |
| | Málaga | 14,7 | -27,9 | 0,6 |
| | Sevilla | 23,8 | -30,4 | 7,4 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Estblecimientos de Turismo Rural (INE).

**Cuadro 4.21**

**Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural según residencia y por zonas turísticas.**

*Número*

| | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| Parque Natural Los Alcornocales | 31.088 | 9.358 | 40.446 | 31.073 | 8.552 | 39.625 | 27.296 | 3.862 | 31.158 | 22.444 | 11.387 | 33.831 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | 39.201 | 14.482 | 53.683 | 46.459 | 6.841 | 53.300 | 33.807 | 11.374 | 45.181 | 42.738 | 10.094 | 52.832 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | 6.280 | 4.355 | 10.635 | 11.274 | 2.888 | 14.162 | 9.934 | 2.564 | 12.498 | 8.465 | 2.387 | 10.852 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | 15.690 | 10.271 | 25.961 | 22.366 | 11.027 | 33.393 | 15.761 | 14.585 | 30.346 | 10.147 | 12.832 | 22.979 |
| Parque Natural Sierra Nevada | 18.406 | 14.202 | 32.608 | 18.150 | 19.575 | 37.725 | 15.080 | 16.309 | 31.389 | 16.851 | 8.590 | 25.441 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | 15.133 | 31.861 | 46.994 | 32.617 | 41.605 | 74.222 | 30.055 | 26.589 | 56.644 | 12.203 | 34.533 | 46.736 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | 23.932 | 4.437 | 28.369 | 29.413 | 3.803 | 33.216 | 31.339 | 5.435 | 36.774 | 25.547 | 5.864 | 31.411 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | 38.661 | 1.313 | 39.974 | 34.918 | 1.604 | 36.522 | 31.979 | 484 | 32.463 | 27.678 | 551 | 28.229 |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | 11.240 | 4.658 | 15.898 | 9.862 | 3.771 | 13.633 | 11.425 | 3.443 | 14.868 | 9.677 | 2.105 | 11.782 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Establecimientos de Turismo Rural (INE).

**Cuadro 4.22**

**Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural según residencia y por zonas turísticas.**

*Tasa de variación interanual en porcentaje*

| | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total |
| Parque Natural Los Alcornocales | 0,0 | -8,6 | -2,0 | -12,2 | -54,8 | -21,4 | -17,8 | 194,8 | 8,6 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | 18,5 | -52,8 | -0,7 | -27,2 | 66,3 | -15,2 | 26,4 | -11,3 | 16,9 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | 79,5 | -33,7 | 33,2 | -11,9 | -11,2 | -11,7 | -14,8 | -6,9 | -13,2 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | 42,5 | 7,4 | 28,6 | -29,5 | 32,3 | -9,1 | -35,6 | -12,0 | -24,3 |
| Parque Natural Sierra Nevada | -1,4 | 37,8 | 15,7 | -16,9 | -16,7 | -16,8 | 11,7 | -47,3 | -18,9 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | 115,5 | 30,6 | 57,9 | -7,9 | -36,1 | -23,7 | -59,4 | 29,9 | -17,5 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | 22,9 | -14,3 | 17,1 | 6,5 | 42,9 | 10,7 | -18,5 | 7,9 | -14,6 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | -9,7 | 22,2 | -8,6 | -8,4 | -69,8 | -11,1 | -13,4 | 13,8 | -13,0 |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | -12,3 | -19,0 | -14,2 | 15,8 | -8,7 | 9,1 | -15,3 | -38,9 | -20,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Establecimientos de Turismo Rural (INE).

Respecto al volumen y evolución en alojamientos de turismo rural por zonas turísticas, se constata que el conjunto de parques naturales llegan a acumular el 48,2 por ciento del total de pernoctaciones de alojamientos de turismo rural de Andalucía; destacan el Parque Natural Sierra de Grazalema y el Parque Natural Sierras de Tejada, Almijara y Alhama. Salvo los Parques de los Alcornocales y Sierra de Grazalema, el resto sufren un notable impacto negativo en las pernoctaciones en 2009 respecto al año anterior.

**Cuadro 4.23**

**Estancia media alojamientos de turismo rural por zonas turísticas.**
*Dias*

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Media 2006-2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| Parque Nacional Sierra Nevada | 2,9 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 2,9 |
| Parque Natural Los Alcornocales | 2,8 | 2,6 | 2,5 | 3,2 | 2,8 |
| Parque Natural Sierra de Grazalema | 3,2 | 2,9 | 3,3 | 3,1 | 3,1 |
| Parque Natural Sierra de Hornachuelos | 4,1 | 3,4 | 3,9 | 2,8 | 3,5 |
| Parque Natural Sierras Subbéticas | 5,0 | 3,4 | 3,4 | 3,4 | 3,8 |
| Parque Natural Sierra Nevada | 3,1 | 4,2 | 4,7 | 3,1 | 3,8 |
| Parque Natural Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama | 5,8 | 6,4 | 5,8 | 4,2 | 5,5 |
| Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | 3,5 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,9 |
| Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas | 3,6 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 |
| Parque Natural Sierra de las Nieves | 4,9 | 3,9 | 4,2 | - | 4,4 |
| Parque Natural Sierra Norte de Sevilla | 3,3 | 3,0 | 3,2 | 2,7 | 3,1 |
| Promedio | 3,8 | 3,5 | 3,6 | 3,1 | 3,5 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Establecimientos de Turismo Rural (INE).

De otro lado, la estancia media del conjunto de parques naturales fue de 3,5 días como promedio del periodo 2006-2009, destacando la mayor estancia media en el de Tejeda, Almijara y Alhama con un valor promedio de 5,5 días.

Para finalizar el apartado de la demanda turística se añade información sobre el tipo de cliente que atienden las empresas del sector turístico andaluz. Para ello se incorporó en la Encuesta al Sector Turístico una pregunta específica sobre el perfil del cliente, con las variables procedencia del turista y nivel de renta.

Para el conjunto del sector en su mayoría se trata de un turismo residente, con un 44,9 por ciento de empresas cuyo cliente principal es andaluz, mientras que en segundo lugar figura el turismo de procedencia extranjera (33 por ciento). En cuanto al cliente alojado en establecimientos de tipología sol y playa, la procedencia es muy similar a la del conjunto del sector (con un 46 por ciento de empresas con clientes andaluces y un 35,8 por ciento de extranjeros) mientras que en los establecimientos culturales y rurales priman los clientes

**Cuadro 4.24**

**Perfil del cliente en términos generales por tipologías.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Sol y Playa | Cultural | Rural | Negocios | Deportivo | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Procedencia | | | | | | |
| Resto de España | 18,2 | 18,6 | 28,4 | 18,7 | 16,9 | 22,2 |
| Andalucía | 46 | 37,9 | 32 | 48,6 | 55,5 | 44,9 |
| Extranjero | 35,8 | 43,5 | 39,6 | 29,2 | 27,6 | 33 |
| Nivel de Renta | | | | | | |
| Medio | 43,5 | 51 | 46,4 | 42,9 | 19,8 | 57 |
| Medio-Alto | 42,4 | 42,2 | 49,2 | 34,9 | 64 | 37 |
| Alto | 14,2 | 6,7 | 4,4 | 18,8 | 16,2 | 6 |
| Muy alto | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,3 |

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

procedentes del extranjero (43,5 por ciento y 39,6 por ciento, respectivamente). Donde mayor peso tiene el cliente andaluz es en los establecimientos de turismo deportivo de los que un 55,5 por ciento dice que su clientela procede de esta región, seguidos de los establecimientos de negocios con un 48,6 por ciento. Distinguiendo la situación geográfica del alojamiento turístico (Cuadro 4.25) cabe destacar el alto porcentaje de empresas con clientes andaluces (63,4 por ciento) en establecimientos de ciudad mientras que en el litoral se reciben andaluces y extranjeros en proporción similar. Los alojamientos de interior presentan el porcentaje más alto de empresas con clientes cuyo origen es el resto de España (28,9 por ciento) aunque su grueso sea el turista andaluz (41,5 por ciento).

Otro aspecto relevante dentro del análisis del perfil del cliente es su poder adquisitivo pudiendo conocer así la capacidad de gasto que puede llegar a tener en destino. En el conjunto del sector más del 50 por ciento de las

**Cuadro 4.25**

**Perfil del cliente en términos generales por ubicación.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Interior | Litoral | Ciudad | Total |
|---|---|---|---|---|
| **Procedencia** | | | | |
| Resto de España | 28,9 | 17,3 | 15,9 | 22,2 |
| Andalucía | 41,5 | 41,0 | 63,4 | 44,9 |
| Extranjero | 29,6 | 41,7 | 20,7 | 33,0 |
| **Nivel de Renta** | | | | |
| Medio | 50,7 | 63,3 | 56,6 | 57,0 |
| Medio-Alto | 42,7 | 30,2 | 39,8 | 37,0 |
| Alto | 5,9 | 6,5 | 3,6 | 6,0 |
| Muy alto | 0,7 | 0,0 | 0,0 | 0,3 |

* Los porcentajes para el total del sector incorporan los resultados de todos los encuestados.
En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

empresas sondeadas afirma tener un cliente con poder adquisitivo medio (Cuadro 4.24) indicando muchas de ellas que, debido a la bajada de precios, el cliente medio en 2009 ha sido de un nivel de renta inferior al de años anteriores. En el turismo de sol y playa tanto el nivel de renta medio como el medio-alto predominan prácticamente a partes iguales siendo la tipología deportiva la única que cuenta con un alto porcentaje de establecimientos con un cliente de renta medio-alta (64 por ciento) aunque también el porcentaje de empresas de tipología rural con clientes de renta medio-alta (49,2 por ciento) supera ligeramente a los de nivel medio. En cuanto a su situación geográfica (Cuadro 4.25), tanto en interior, ciudad y litoral predominan los clientes con un nivel medio de renta pesando más en esta última zona (63,3 por ciento).

**Cuadro 4.26**

**Perfil del cliente en términos generales del sector hotelero.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Hoteles | Total |
|---|---|---|
| **Procedencia** | | |
| Resto de España | 18,5 | 22,2 |
| Andalucía | 47,9 | 44,9 |
| Extranjero | 33,6 | 33,0 |
| **Nivel de Renta** | | |
| Medio | 58,1 | 57,0 |
| Medio-Alto | 35,9 | 37,0 |
| Alto | 5,7 | 6,0 |
| Muy alto | 0,3 | 0,3 |

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

El perfil del cliente medio usuario de alojamiento hotelero es, según un 47,9 por ciento de las empresas del sector sondeadas, de procedencia andaluza y, como afirman un 58,1 por ciento, con un nivel de renta medio (Cuadro 4.26). La procedencia andaluza predomina principalmente en los hoteles de negocios y reuniones y en los de turismo deportivo (55,2 y 59

por ciento respectivamente), mientras que en los hoteles de sol y playa y de tipo cultural tanto el turista andaluz como el extranjero forman parte de su clientela habitual en un porcentaje similar (Cuadro 4.27). El nivel de renta es para las tipologías de sol y playa y rural y de naturaleza sobre todo medio-alto aunque también exista un porcentaje importante con un cliente de nivel medio, predominando éste último en los hoteles culturales y de negocios. Los hoteles de segmento deportivo, con un 64,2 por ciento que afirma recibir un cliente de renta media-alta, son los que menos apuntan al cliente de renta media y más al de alta (19 por ciento). Analizando el perfil del cliente hotelero según donde se sitúe el establecimiento (Cuadro 4.28), un 63,4 por ciento de los hoteles de ciudad reciben un turista de origen andaluz con un nivel de renta medio (56,6 por ciento) mientras que en los hoteles de litoral tanto la andaluza como la extranjera constituyen procedencias habituales siendo los que un mayor porcentaje de empresas (63,5 por ciento) señalan un nivel de renta medio del cliente.

**Cuadro 4.27**

**Perfil del cliente del sector hotelero por tipologías.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Hoteles de sol y playa | Hoteles culturales | Hoteles rurales y de naturaleza | Hoteles de negocios y reuniones | Hoteles deportivos | Total sector hotelero |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Procedencia** | | | | | | |
| Resto de España | 13,8 | 19,9 | 18,5 | 17,4 | 13,7 | 18,5 |
| Andalucía | 44,1 | 38,3 | 24,8 | 55,2 | 59 | 47,9 |
| Extranjero | 42,1 | 41,8 | 56,7 | 27,4 | 27,3 | 33,6 |
| **Nivel de Renta** | | | | | | |
| Medio | 39,1 | 54,4 | 43,6 | 45 | 16,5 | 58,1 |
| Medio-Alto | 43,2 | 40,9 | 48,8 | 38,6 | 64,2 | 35,9 |
| Alto | 17,7 | 4,8 | 7,6 | 16,4 | 19,3 | 5,7 |
| Muy alto | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,3 |

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 4.28**

**Perfil del cliente del sector hotelero por destino.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Hoteles de interior | Hoteles de litoral | Hoteles de ciudad | Total sector hotelero |
|---|---|---|---|---|
| **Procedencia** | | | | |
| Resto de España | 23,4 | 17,5 | 15,9 | 18,5 |
| Andalucía | 44,7 | 40,2 | 63,4 | 47,9 |
| Extranjero | 31,9 | 42,3 | 20,7 | 33,6 |
| **Nivel de Renta** | | | | |
| Medio | 51,6 | 63,5 | 56,6 | 58,1 |
| Medio-Alto | 41,1 | 29,9 | 39,8 | 35,9 |
| Alto | 6,3 | 6,6 | 3,6 | 5,7 |
| Muy alto | 1,1 | 0,0 | 0,0 | 0,3 |

Fuente: Encuestas al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

# Comportamiento del empleo

Capítulo 5

## 5. COMPORTAMIENTO DEL EMPLEO.

El sector servicios constituye el principal sector productivo de la economía andaluza en términos de empleo, con un 73,4 por ciento del mismo en 2009. Dentro de este sector, la industria turística andaluza supone el 15,4 por ciento del empleo, y un 11,3 por ciento respecto a la población ocupada total, siendo el peso relativo de la industria turística andaluza similar al del conjunto nacional.

**Cuadro 5.1**

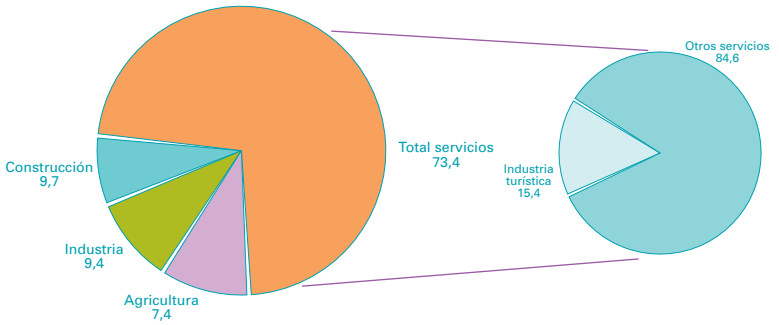
**Población ocupada por sectores económicos 2009**

| | Andalucía | | España | |
|---|---|---|---|---|
| | Valor absoluto | Peso porcentaje | Valor absoluto | Peso porcentaje |
| Agricultura | 217.375 | 7,4 | 786.050 | 4,2 |
| Industria | 275.875 | 9,4 | 2.775.000 | 14,7 |
| Construcción | 284.950 | 9,7 | 1.888.275 | 10,0 |
| Total Servicios | 2.144.925 | 73,4 | 13.438.650 | 71,1 |
| Industria Turística | 331.104 | 11,3 | 2.143.119 | 11,3 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

**Gráfico 5.1**

**Distribución porcentual de la población ocupada por sectores económicos en Andalucía 2009**
*Porcentaje*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la EPA, INE e Instituto de Estudios Turísticos.

En cifras absolutas, atendiendo a los datos de la EPA, el empleo generado en 2009 por la industria turística española fue de 2.143.119 ocupados, con un descenso del 2,3 por ciento respecto a 2008. Por su parte, Andalucía contó en 2009 con un total de 331.104 ocupados, lo cual significa un 15,4 por ciento del total nacional, siendo esta Comunidad la tercera con un mayor peso en el total nacional tras Cataluña y Madrid.

**Cuadro 5.2**

**Población ocupada en la industria turística 2003-2009.**
*Número*

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 313.744 | 114.422 | 165.944 | 395.438 | 328.859 | 208.230 | 636.148 | 2.162.784 |
| 2004 | 331.248 | 107.846 | 180.964 | 386.512 | 358.365 | 223.210 | 649.091 | 2.237.236 |
| 2005 | 374.939 | 116.342 | 182.480 | 397.094 | 353.818 | 240.789 | 680.054 | 2.345.515 |
| 2006 | 400.831 | 120.295 | 189.166 | 434.105 | 382.069 | 264.272 | 707.471 | 2.498.209 |
| 2007 | 424.067 | 111.807 | 205.017 | 439.518 | 379.850 | 280.424 | 735.082 | 2.575.766 |
| 2008 | 424.806 | 118.954 | 194.003 | 437.208 | 395.647 | 305.500 | 747.271 | 2.623.389 |
| 2009 | 331.104 | 112.997 | 171.887 | 351.975 | 342.060 | 228.510 | 604.586 | 2.143.119 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

Conviene subrayar igualmente el significativo decremento de la población ocupada en la industria turística en Andalucía en 2009, un 6,8 por ciento, superior al de la medida nacional, toda vez que otras regiones turísticas, como Baleares, Madrid o Cataluña, se han visto menos afectadas, en este sentido, por el deterioro de la situación económica. Ahora bien, si tomamos en consideración una perspectiva temporal más amplia desde 2003, puede apreciarse claramente como en este periodo la industria turística se ha mostrado como un sector económico muy dinámico generador de empleo en Andalucía, con un incremento anual medio del número de ocupados en torno al 3,6 por ciento, frente al 3,1 de promedio para el conjunto del país (Gráfico 5.2).

Por otra parte, si atendemos a la situación profesional de los ocupados en la industria turística, cabe afirmar que en 2009 había en Andalucía 253.843

**Cuadro 5.3**

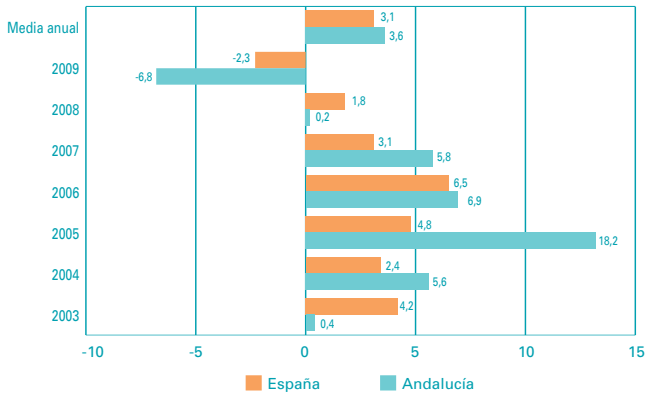
**Variación anual y peso de la población ocupada de la industria turística en 2009 por comunidades**

| | Variación anual 2008/2009 porcentaje | Peso porcentaje |
|---|---|---|
| Andalucía | -6,8 | 15,4 |
| Islas Baleares | 1,2 | 5,3 |
| Islas Canarias | -4,7 | 8,0 |
| Cataluña | -0,7 | 16,4 |
| Comunidad Madrid | -0,4 | 16,0 |
| Comunidad Valenciana | -7,4 | 10,7 |
| Otras CCAA | 0,5 | 28,2 |
| España | -2,3 | 100 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

**Gráfico 5.2**

**Tasa de variación anual de la población ocupada en la industria turística (2003-2009)**
*Porcentaje*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la EPA (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

asalariados y 77.045 autónomos, mientras que en España dichos colectivos ascendían a 1.686.881 y 455.503, respectivamente. Los trabajadores autónomos de la industria turística en Andalucía significan el 16,9 por ciento del total nacional, siendo la Comunidad Autónoma con un mayor número de trabajadores por cuenta propia en la industria turística. En cuanto a los trabajadores asalariados en Andalucía, éstos suponen el 15,0 por ciento del total nacional, situándose la

**Cuadro 5.4**

**Autónomos en la industria turística 2003-2009.**
*Número*

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 72.011 | 24.618 | 25.605 | 118.808 | 55.594 | 56.477 | 216.616 | 569.730 |
| 2004 | 82.697 | 23.263 | 29.686 | 100.812 | 59.162 | 59.476 | 207.126 | 562.223 |
| 2005 | 100.681 | 21.773 | 26.269 | 101.020 | 65.482 | 55.868 | 208.560 | 579.654 |
| 2006 | 95.837 | 22.160 | 25.940 | 103.443 | 70.064 | 58.787 | 211.104 | 587.336 |
| 2007 | 103.362 | 17.334 | 23.495 | 101.648 | 73.330 | 70.142 | 216.888 | 606.200 |
| 2008 | 100.434 | 19.426 | 22.366 | 88.979 | 70.723 | 71.394 | 219.098 | 592.420 |
| 2009 | 77.045 | 15.869 | 18.601 | 69.837 | 56.333 | 49.180 | 168.637 | 455.503 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

**Cuadro 5.5**

**Asalariados en la industria turística 2003-2008.**
*Número*

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 241.576 | 89.804 | 139.734 | 276.456 | 273.266 | 151.406 | 418.072 | 1.590.312 |
| 2004 | 247.861 | 84.583 | 150.874 | 285.390 | 299.202 | 163.434 | 440.393 | 1.671.738 |
| 2005 | 274.046 | 94.430 | 155.752 | 295.950 | 288.134 | 184.846 | 470.536 | 1.763.694 |
| 2006 | 304.643 | 98.134 | 163.226 | 330.662 | 311.824 | 205.246 | 496.153 | 1.909.889 |
| 2007 | 320.624 | 94.474 | 181.522 | 337.793 | 306.519 | 210.282 | 518.093 | 1.969.306 |
| 2008 | 324.224 | 99.529 | 171.580 | 348.229 | 324.597 | 234.051 | 528.001 | 2.030.210 |
| 2009 | 253.843 | 97.128 | 153.076 | 282.072 | 285.727 | 179.330 | 435.705 | 1.686.881 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

**Cuadro 5.6**

**Autónomos y asalariados en la industria turística en 2009 por comunidades**

| | Autónomos | | Asalariados | |
|---|---|---|---|---|
| | Variación anual 2008/2009 porcentaje | Peso porcentaje | Variación anual 2008/2009 porcentaje | Peso porcentaje |
| Andalucía | -4,9 | 16,9 | 7,4 | 15,0 |
| Islas Baleares | -8,0 | 3,5 | 2,9 | 5,8 |
| Islas Canarias | -3,7 | 4,1 | -5,0 | 9,1 |
| Cataluña | 1,6 | 15,3 | -1,3 | 16,7 |
| Comunidad Madrid | -13,1 | 12,4 | 2,7 | 16,9 |
| Comunidad Valenciana | -14,5 | 10,8 | -5,2 | 10,6 |
| Otras CCAA | -0,4 | 37,0 | 0,8 | 25,8 |
| España | -4,7 | 100,0 | -1,6 | 100,0 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

Comunidad Andaluza en esta estadística en tercer lugar tras Madrid y Cataluña. En relación con la evolución de los trabajadores autónomos y asalariados en 2009 en Andalucía, cabe destacar la reducción del número de autónomos en un 4,9 por ciento (4,7 por ciento para España), frente a la brusca caída del 7,4 por ciento del número de trabajadores asalariados (1,6 por ciento para España).

Otra consecuencia de la recesión económica y la destrucción de empleo acontecida en 2009 ha sido la reducción en Andalucía en un 8,9 por ciento del número de asalariados con contrato temporal, situándose en 101.164; si bien, ello apenas ha supuesto una disminución de la tasa de temporalidad, que continua alcanzando en Andalucía el 39,9 por ciento (la misma cifra que en 2008), 8,5 puntos porcentuales superior a la media nacional.

Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos del INE, en 2009 el personal empleado en Andalucía en establecimientos

**Cuadro 5.7**

**Asalariados con contrato temporal en la industria turística 2003-2009**

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 99.490 | 28.775 | 52.508 | 88.562 | 51.823 | 63.886 | 143.433 | 528.476 |
| 2004 | 101.686 | 25.425 | 61.098 | 81.650 | 56.187 | 70.640 | 145.424 | 542.112 |
| 2005 | 128.725 | 29.096 | 60.770 | 86.500 | 79.520 | 83.246 | 175.091 | 642.949 |
| 2006 | 152.647 | 35.257 | 63.119 | 104.172 | 91.950 | 89.634 | 177.275 | 714.054 |
| 2007 | 143.221 | 27.108 | 64.050 | 98.580 | 73.223 | 85.600 | 176.828 | 668.610 |
| 2008 | 129.307 | 30.499 | 59.905 | 89.271 | 87.964 | 93.260 | 170.986 | 661.192 |
| 2009 | 101.164 | 28.197 | 56.034 | 66.798 | 63.796 | 71.556 | 142.696 | 530.242 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

hoteleros ascendió a 31.944 personas (con un decremento del 9,5 por ciento respecto a 2008), en acampamientos turísticos a 821 personas (con una tasa de variación anual del -8,0 por ciento), en apartamentos turísticos a 3.758 personas (una reducción del personal empleado del 3,5 por ciento), y en alojamientos de turismo rural a 2.271 personas (lo que representa un fuerte incremento del personal empleado del 11,3 por ciento).

En lo que respecta a la población parada en la industria turística en Andalucía, los datos de la EPA ponen de manifiesto que

**Cuadro 5.8**

**Asalariados con contrato temporal en la industria turística en 2009**
*por comunidades*

| | Variación anual 2008/2009 porcentaje | Peso porcentaje |
|---|---|---|
| Andalucía | -8,9 | 19,1 |
| Islas Baleares | -5,4 | 5,3 |
| Islas Canarias | -3,1 | 10,6 |
| Cataluña | -18,7 | 12,6 |
| Comunidad Madrid | -18,3 | 12,0 |
| Comunidad Valenciana | -14,3 | 13,5 |
| Otras CCAA | -6,4 | 26,9 |
| España | -10,9 | 100 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

en 2009 ésta ascendía a 69.087, lo que representa el 19,5 por ciento de los parados en la industria turística nacional. Si atendemos a las variaciones anuales respecto a 2008, en la industria turística en Andalucía el número de parados se incrementó un 20,6 por ciento, frente al 43,7 por ciento de la media

**Cuadro 5.9**

**Tasa de temporalidad en la industria turística 2003-2009 por comunidades.**
*Porcentaje s/empleo total*

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 41,2 | 32,0 | 37,6 | 32,0 | 19,0 | 42,2 | 34,3 | 33,2 |
| 2004 | 41,0 | 30,1 | 40,5 | 28,6 | 18,8 | 43,2 | 33,0 | 32,4 |
| 2005 | 47,0 | 30,8 | 39,0 | 29,2 | 27,6 | 45,0 | 37,2 | 36,5 |
| 2006 | 50,1 | 35,9 | 38,7 | 31,5 | 29,5 | 43,7 | 35,7 | 37,4 |
| 2007 | 44,7 | 28,7 | 35,3 | 29,2 | 23,9 | 40,7 | 34,1 | 34,0 |
| 2008 | 39,9 | 30,6 | 34,9 | 25,6 | 27,1 | 39,8 | 32,4 | 32,6 |
| 2009 | 39,9 | 29,0 | 36,6 | 23,7 | 22,3 | 39,9 | 32,8 | 31,4 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

**Cuadro 5.10**

**Personal empleado por tipo de alojamiento 2003-2009.**
*Número*

| | Establecimientos hoteleros | | Acampamentos turísticos | | Apartamentos turísticos | | Alojamientos de turismo rural | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | España | Andalucía | España | Andalucía | España | Andalucía | España | Andalucía |
| 2003 | 163.789 | 28.282 | 5.117 | 839 | 26.390 | 2.399 | 11.196 | 710 |
| 2004 | 170.353 | 30.484 | 5.291 | 876 | 26.169 | 2.665 | 12.564 | 932 |
| 2005 | 180.794 | 33.306 | 5.398 | 872 | 25.161 | 2.636 | 16.014 | 1.710 |
| 2006 | 191.220 | 35.109 | 5.444 | 886 | 26.808 | 2.664 | 17.844 | 1.939 |
| 2007 | 198.191 | 36.503 | 5.579 | 921 | 27.020 | 3.039 | 19.064 | 2.032 |
| 2008 | 199.323 | 35.305 | 5.575 | 892 | 26.831 | 3.894 | 19.792 | 2.040 |
| 2009 | 186.663 | 31.944 | 5.417 | 821 | 25.349 | 3.758 | 21.040 | 2.271 |

Fuente: Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos (INE).

española. En términos de tasas de paro, Andalucía refleja en 2009 un 17,3 por ciento (12,7 por ciento en 2008 y 8,8 por ciento en 2007), superada por comunidades turísticas como Canarias (20,2), Baleares (17,4) y Comunidad Valenciana (17,4), frente a una tasa media de paro del 14,2 por ciento para la industria turística nacional (9,2 por ciento en 2008 y 7,0 por ciento en 2007.

**Cuadro 5.11**

**Evolución del personal empleado por tipo de alojamiento 2003-2009**

*Tasa de variación interanual en porcentaje*

| | Establecimientos hoteleros | | Acampamentos turísticos | | Apartamentos turísticos | | Alojamientos de turismo rural | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | España | Andalucía | España | Andalucía | España | Andalucía | España | Andalucía |
| 2003 | 5,5 | 3,8 | - | - | -3,3 | -5,8 | 15,7 | 23,4 |
| 2004 | 4,0 | 7,8 | 3,4 | 4,4 | -0,8 | 11,1 | 12,2 | 31,2 |
| 2005 | 6,1 | 9,3 | 2,0 | -0,5 | -3,9 | -1,1 | 27,5 | 83,5 |
| 2006 | 5,8 | 5,4 | 0,9 | 1,7 | 6,5 | 1,1 | 11,4 | 13,4 |
| 2007 | 3,6 | 4,0 | 2,5 | 3,9 | 0,8 | 14,1 | 6,8 | 4,8 |
| 2008 | 0,6 | -3,3 | -0,1 | -3,2 | -0,7 | 28,1 | 3,8 | 0,4 |
| 2009 | -6,4 | -9,5 | -2,8 | -8,0 | -5,5 | -3,5 | 6,3 | 11,3 |

Fuente: Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos (INE).

**Cuadro 5.12**

**Población parada en la industria turística 2003-2009 por comunidades.**

*Número*

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 52.441 | 14.621 | 15.149 | 41.728 | 15.730 | 24.438 | 64.822 | 228.929 |
| 2004 | 56.536 | 15.911 | 18.449 | 43.185 | 16.204 | 26.840 | 66.094 | 243.221 |
| 2005 | 33.436 | 8.980 | 16.926 | 23.065 | 19.619 | 17.578 | 49.558 | 169.162 |
| 2006 | 39.085 | 10.763 | 17.575 | 28.351 | 20.238 | 22.186 | 50.283 | 188.481 |
| 2007 | 41.008 | 11.084 | 17.302 | 31.833 | 21.295 | 22.686 | 49.864 | 195.072 |
| 2008 | 61.886 | 15.464 | 29.718 | 35.032 | 31.445 | 28.503 | 63.715 | 265.764 |
| 2009 | 69.087 | 23.779 | 43.529 | 48.834 | 39.798 | 48.233 | 80.182 | 353.442 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

Por su parte, cabe considerar el paro registrado en la hostelería (hoteles y otros alojamientos, y restauración), en la medida en que se trata de un conjunto de actividades turísticas claves y especialmente representativas de la actividad turística en su conjunto. De acuerdo con el Servicio Público de Empleo Estatal, el paro registrado en la hostelería en Andalucía en diciembre de 2009 ascendía a 74.106 personas, un 24,0 por ciento superior que en el mismo mes del año anterior. Si discriminamos por sexo, el incremento del desempleo se ha producido en mayor medida entre las mujeres (un crecimiento del 29,3 por ciento) que entre los hombres (un crecimiento del 15,1 por ciento). A escala estatal, el paro registrado en la hostelería se incrementó en 2009 un 30,2 por ciento, un porcentaje significativamente superior al de Andalucía, alcanzando las 346.650 personas, aunque con tasas de crecimiento similares para la población masculina y femenina.

**Cuadro 5.13**

**Variación anual y peso de la población parada en la industria turística en 2009**
*por comunidades*

| | Variación anual 2008/2009 porcentaje | Peso porcentaje |
|---|---|---|
| Andalucía | 20,6 | 19,5 |
| Islas Baleares | 62,7 | 6,7 |
| Islas Canarias | 48,4 | 12,3 |
| Cataluña | 53,2 | 13,8 |
| Comunidad Madrid | 36,7 | 11,3 |
| Comunidad Valenciana | 85,8 | 13,6 |
| Otras CCAA | 38,8 | 22,7 |
| España | 43,7 | 100 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

Si descendemos al nivel provincial, tomando en consideración los valores mensuales medios del paro registrado en hostelería, la provincia con un mayor volumen de desempleados en la hostelería en términos absolutos en 2009 fue Málaga, con 18.005 personas (26,8 por ciento del total andaluz), seguido por Cádiz (21,2 por ciento), Sevilla (18,5 por ciento) y Granada (10,7 por ciento).

Conviene precisar que el crecimiento del paro en la hostelería acaecido en Andalucía en 2009 ha seguido una evolución desigual a lo largo del año, muy

influenciado obviamente por la estacionalidad. De hecho, en el Cuadro 5.18 y el Gráfico 5.3 puede apreciarse como el número de parados alcanza un mínimo en el mes de julio, tras un suave y continuado descenso que se inicia en febrero, creciendo el desempleo paulatinamente entre los meses de agosto y diciembre hasta cotas muy superiores a las de inicio del año.

**Cuadro 5.14**

**Tasa de paro en la industria turística 2003-2009 por comunidades**

*Porcentaje*

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | Comunidad Madrid | Comunidad Valenciana | Otras CCAA | España |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2003 | 14,3 | 11,3 | 8,4 | 9,5 | 4,6 | 10,5 | 9,2 | 9,6 |
| 2004 | 14,6 | 12,9 | 9,3 | 10,1 | 4,3 | 10,7 | 9,2 | 9,8 |
| 2005 | 8,2 | 7,2 | 8,5 | 5,5 | 5,3 | 6,8 | 6,8 | 6,7 |
| 2006 | 8,9 | 8,2 | 8,5 | 6,1 | 5,0 | 7,7 | 6,6 | 7,0 |
| 2007 | 8,8 | 9,0 | 7,8 | 6,8 | 5,3 | 7,5 | 6,4 | 7,0 |
| 2008 | 12,7 | 11,5 | 13,3 | 7,4 | 7,4 | 8,5 | 7,9 | 9,2 |
| 2009 | 17,3 | 17,4 | 20,2 | 12,2 | 10,4 | 17,4 | 11,7 | 14,2 |

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE) e Instituto de Estudios Turísticos.

**Cuadro 5.15**

**Paro registrado en la hostelería Diciembre 2008-Diciembre 2009**

| | Diciembre 2008 | Diciembre 2009 | Variación interanual |
|---|---|---|---|
| | España | | |
| Ambos sexos | 266.289 | 346.650 | 30,2 |
| Hombres (porcentaje) | 91.248 (34,3) | 118,436 (34,2) | 29,8 |
| Mujeres (porcentaje) | 175.041 (65,7) | 228.214 (65,8) | 30,4 |
| | Andalucía | | |
| Ambos sexos | 59.764 | 74.106 | 24,0 |
| Hombres (porcentaje) | 22.406 (37,5) | 25.792 (34,8) | 15,1 |
| Mujeres (porcentaje) | 37.358 (62,5) | 48.314 (65,2) | 29,3 |

Fuente: Sevicio Público de Empleo Estatal. MTI.

**Cuadro 5.16**

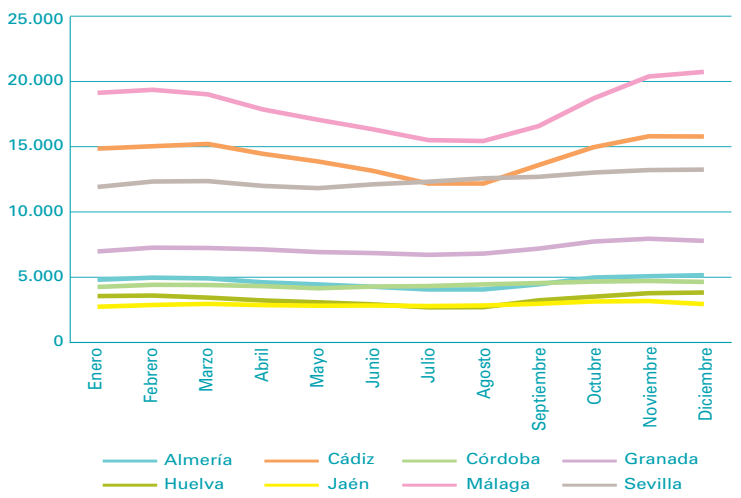
**Paro registrado en la hostelería por provincia 2009**

| | Valor absoluto | Peso porcentaje |
|---|---|---|
| Almería | 4.649 | 6,9 |
| Cádiz | 14.254 | 21,2 |
| Córdoba | 4.430 | 6,6 |
| Granada | 7.214 | 10,7 |
| Huelva | 3.295 | 4,9 |
| Jaén | 2.910 | 4,3 |
| Málaga | 18.005 | 26,8 |
| Sevilla | 12.467 | 18,5 |
| Andalucía | 67.224 | 100 |

Fuente: Sevicio Público de Empleo Estatal. MTI.

**Gráfico 5.3**

**Paro registrado por provincia y mes en la hostelería 2009.**
*Número de parados*




Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal. MTI.

**Cuadro 5.17**

**Paro registrado por mes en la hostelería 2009**

| | España | Andalucía |
|---|---|---|
| Enero | 299.973 | 68.213 |
| Febrero | 308.921 | 69.838 |
| Marzo | 311.757 | 69.528 |
| Abril | 304.198 | 66.443 |
| Mayo | 297.542 | 64.176 |
| Junio | 293.372 | 62.739 |
| Julio | 285.544 | 60.580 |
| Agosto | 288.323 | 61.048 |
| Septiembre | 306.926 | 65.244 |
| Octubre | 329.367 | 70.708 |
| Noviembre | 346.986 | 74.067 |
| Diciembre | 346.650 | 74.106 |
| Media mensual | 309.963 | 67.224 |

Fuente: Sevicio Público de Empleo Estatal. MTI.

# Perspectivas turísticas

Capítulo 6

## 6. PERSPECTIVAS TURÍSTICAS.

Los ejercicios de previsión de la actividad turística son difíciles y complejos y no abundan las previsiones, al menos en términos cuantitativo. A nivel mundial, la OMT considera que el turismo internacional recupera un cierto ritmo después de lo ocurrido en el año 2009, estima que la llegada de turistas internacionales creció un 7 por ciento en los dos primeros meses de 2010[1] (en Europa al 3 por ciento) y prevé un crecimiento en los llegadas de turistas internacionales entre un 3-4 por ciento en 2010. Aunque desde la propia institución se llama la atención sobre los numerosos factores que todavía pueden poner en peligro la recuperación, sobre el crecimiento lento de la mayoría de países avanzados y el aumento del desempleo entre los principales países emisores de turismo.

En el caso de España, Exceltur[2] estima que el PIB turístico disminuirá en 2010 en un -0,9 por ciento respecto al año anterior, catalogando el panorama futuro como de notable moderación en la caída (en 2009 se registró un descenso del -5,6 por ciento en dicha magnitud). Para la citada entidad, se espera en 2010 un comportamiento de la demanda extranjera algo más negativa que la nacional, con un crecimiento de la llegada de turistas extranjeros del 0,2 por ciento aunque los ingresos por turismo, en términos reales, caerán un -4,9 por ciento. Lo anterior se justifica, en parte, en que durante 2010 persistirá la pauta de predominio de viajes de proximidad. Desde el punto de vista empresarial, Exceltur concluye que la mayoría de los empresarios turísticos españoles prevén en 2010 mejorar sus resultados respecto a 2009 y creen que la recuperación de los niveles de rentabilidad previos a la recesión se lograrán a partir del año 2012.

1 Según el Barómetro OMT del Turismo Mundial. Hay que interpretar con cautela estas tasas de crecimiento de principio de año puesto que se comparan con un periodo especialmente débil del año 2009.

2 Informe Perspectivas Turísticas Exceltur nº 27 (enero 2009) y nº 32 (abril 2010). Alianza para la Excelencia Turística.

Las previsiones sobre el entorno macroeconómico sustentan el argumento de que durante 2010 se moderará el ritmo de descenso de la demanda turística pero aún perdura un elemento de incertidumbre como es la debilidad del consumo privado en los países de nuestro entorno y el aumento del desempleo. De hecho, han sido las tasas negativas de crecimiento económico y el desempleo los factores que en mayor medida han provocado la contracción de la demanda turística durante 2009. En este sentido, las estimaciones sobre el comportamiento de la actividad turística en 2010 se basan, entre otras cuestiones, en las previsiones de crecimiento económico. En éstas se observa que la evolución del consumo privado en Andalucía en 2010 será de un -0,3 por ciento.

**Cuadro 6.1**

**Previsiones de crecimiento económico.**

| | 2008 | 2009 | 2010* |
|---|---|---|---|
| Andalucía | | | |
| Agricultura | 0,8 | -0,5 | 0,0 |
| Industria | -1,6 | -12,3 | -2,4 |
| Construcción | -4,7 | -11,8 | -7,1 |
| Servicios | 2,2 | -0,9 | 0,4 |
| PIB | 0,6 | -3,5 | -0,5 |
| Consumo privado | -0,8 | -5,1 | -0,3 |
| Inversión | -4,9 | -13,2 | -6,8 |
| PIB España | 0,9 | -3,6 | -0,5 |

* Previsiones

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía*, Instituto de Estadística de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística.

En un contexto de crecimiento esperado de las actividades de servicios en Andalucía de un 0,4 por ciento y de un descenso del -0,5 por ciento en el PIB regional y nacional[3] (Cuadro 6.1), nuestras previsiones sobre la actividad turística en 2010 en Andalucía y España se exponen en el Cuadro 6.2. Según los valores del Indicador Sintético de Actividad Turística indican que la actividad turística experimentará un crecimiento anual en 2010 del 0,4 por ciento en Andalucía y del 0,5 por ciento en España.

3 En los cálculos del ISTA se tienen en cuenta también las tasas de crecimiento económico de los países de nuestro entorno, entre otras variables. Consultar Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

Los valores trimestrales del Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía, permiten detectar cómo el valor máximo del indicador se alcanzó en el IV trimestre de 2007. A partir de esta fecha se empieza a notar el impacto de la crisis económica y el ritmo de la actividad turística cae en tasas negativas, las mayores tasas negativas y por lo tanto el momento de mayor efecto de la recesión sobre la actividad turística se da en el IV trimestre de 2008. Y el tránsito hacia tasas intertrimestrales positivas de la actividad turística se produjo en el IV trimestre de 2009, desde entonces las variaciones intertrimestrales son positivas.

**Cuadro 6.2**

**Previsión de crecimiento en 2010 según el Indicador Sintético de Actividad Turística**

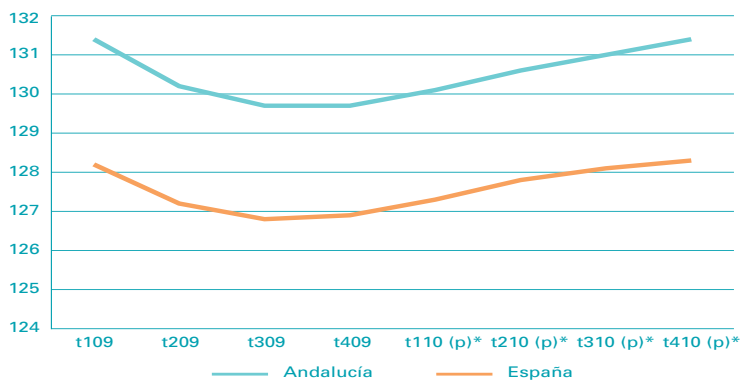
| | Andalucía | España |
|---|---|---|
| t110 | 130,1 | 127,3 |
| t210* | 130,6 | 127,8 |
| t310* | 131,0 | 128,1 |
| t410* | 131,4 | 128,3 |
| Valor anual* | 130,8 | 127,9 |
| Tasa de crecimiento* | 0,4 | 0,5 |

* Valores estimados

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Gráfico 6.1**

**Valores trimestrales del ISTA**




* Previsiones

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 6.3**

**ISTA por destinos turísticos de Andalucía.**

| | 2009 | 2010 (P) |
|---|---|---|
| Destino litoral | -4,2 | 0,2 |
| Destino urbano* | -2,7 | 1,1 |
| Resto de destinos | -3,7 | -0,2 |
| Total | -4,0 | 0,4 |

* Capitales de provincia

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En este informe también se han calculado las previsiones sobre la actividad turística de Andalucía según los destinos turísticos (Cuadro 6.3). Según el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía, se espera en 2010 un mayor ritmo de crecimiento de las actividades turísticas en los destinos urbanos, capitales de provincia, con un incremento anual del 1,1 por ciento frente a un 0,2 por ciento de los destinos de litoral. Con la particularidad de que en 2010 la actividad turística disminuirá ligeramente en los destinos de interior y capitales intermedias del interior, a una tasa del -0,2 por ciento.

Las perspectivas turísticas sobre 2010 se completan con el punto de vista de los empresarios turísticos, a partir de los resultados de la Encuesta al Sector Turístico. También se recogen las expectativas del sector sobre la recuperación de la crisis actual.

A pesar del resultado global negativo que ha obtenido el año turístico 2009 y la profunda crisis económica para la que en España se prevé una salida tardía, el sector turístico andaluz se muestra a grandes rasgos positivo respecto a las expectativas que se plantea para 2010, esperando que no se produzcan más descensos y que la actividad al menos se estabilice. Así, un 43,4 por ciento del total del sector estima que las ventas se mantendrán y un 27,6 por ciento incluso espera un ligero aumento (Cuadro 6.4). El número de trabajadores, según estima una gran mayoría de empresas del sector (75,7 por ciento), se mantendrá. Del mismo modo, se espera para los precios de venta similar evolución, con un 66,7 por ciento de establecimientos turísticos que así lo afirma. Un 44,8 por ciento de las empresas coincide en apuntar a un mantenimiento de los beneficios pero también merece ser destacado el 23,9 por ciento que cree que disminuirán ligeramente y el 20,9 por ciento que espera que aumenten, también, ligeramente.

**Cuadro 6.4**

**Expectativa de crecimiento del sector turítico Andaluz en 2010 respecto a 2009, general y por tipologías.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| Total | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|---|---|---|---|---|---|
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 27,6 | 43,4 | 17,4 | 9,2 |
| Número de trabajadores | 0,5 | 11,1 | 75,7 | 10,3 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 66,7 | 18,6 | 5,3 |
| Beneficios | 1,3 | 20,9 | 44,8 | 23,9 | 9,1 |
| Inversión | 4,6 | 14,8 | 65,5 | 7,6 | 7,6 |
| Sol y Playa | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,1 | 26,1 | 42,0 | 27,8 | 2,1 |
| Número de trabajadores | 1,3 | 9,8 | 72,8 | 14,0 | 2,1 |
| Precios de venta | 0,0 | 8,4 | 67,6 | 14,8 | 9,3 |
| Beneficios | 3,4 | 22,5 | 40,7 | 28,3 | 5,1 |
| Inversión | 0,0 | 7,2 | 77,9 | 4,2 | 10,6 |
| Cultural | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 0,0 | 27,3 | 35,7 | 24,1 | 12,9 |
| Número de trabajadores | 1,1 | 7,4 | 78,5 | 6,8 | 6,2 |
| Precios de venta | 0,0 | 10,4 | 65,6 | 17,1 | 6,9 |
| Beneficios | 1,2 | 18,3 | 41,2 | 25,0 | 14,3 |
| Inversión | 3,8 | 17,2 | 64,3 | 5,3 | 9,4 |
| Rural y de naturaleza | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 4,3 | 21,6 | 29,8 | 28,5 | 15,9 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 9,0 | 75,2 | 14,2 | 1,7 |
| Precios de venta | 0,0 | 1,4 | 87,2 | 11,4 | 0,0 |
| Beneficios | 0,0 | 18,9 | 38,9 | 30,9 | 11,3 |
| Inversión | 2,4 | 35,6 | 56,8 | 3,3 | 1,9 |
| Negocios y reuniones | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 1,7 | 27,1 | 46,1 | 13,6 | 8,0 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 12,9 | 60,4 | 18,0 | 5,3 |
| Precios de venta | 0,0 | 16,1 | 54,2 | 20,1 | 6,2 |
| Beneficios | 1,8 | 21,5 | 38,3 | 29,5 | 5,4 |
| Inversión | 5,3 | 12,9 | 60,9 | 7,4 | 10,1 |
| Deportivo | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 1,3 | 43,5 | 41,5 | 8,7 | 5,0 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 35,3 | 47,8 | 16,9 | 0,0 |
| Precios de venta | 0,0 | 23,0 | 61,3 | 14,5 | 1,2 |
| Beneficios | 0,0 | 21,0 | 56,9 | 19,5 | 2,6 |
| Inversión | 0,0 | 32,5 | 57,0 | 1,9 | 8,7 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Las expectativas por tipologías no se desvían de la tendencia general de estabilización aunque existen algunas diferencias que merecen ser mencionadas. En las empresas cuyo tipo de cliente es de "turismo rural y de naturaleza" existe un porcentaje similar de ellas que predice un mantenimiento (29,8 por ciento) y una disminución ligera (28,5 por ciento) de las ventas. Para las empresas de segmento "deportivo", sin embargo, la evaluación de esta variable para 2010 es más positiva, ya que un 43,5 por ciento de ellas apuesta por un aumento moderado y un 41,5 por ciento por un mantenimiento. La tipología deportiva tiene el mayor porcentaje de empresas que creen que el número de trabajadores y precios de venta aumentarán ligeramente (35,3 y 23 por ciento respectivamente frente al 11,1 y el 9,2 por ciento del conjunto del sector). Esta misma tipología destaca, por superar en 12 puntos porcentuales al conjunto del sector, en cuanto a empresas que esperan un mantenimiento de los beneficios, quitándole el peso que otras tipologías dan a una reducción ligera de estos. Por último, la inversión para casi la mayoría de las empresas cuyo cliente es de motivación "sol y playa" se mantendrá (77,9 por ciento) superando en aproximadamente 12 puntos porcentuales al conjunto sectorial. La distribución de las opiniones es más equilibrada en las empresas de "turismo rural y de naturaleza" y "deportivo" en las que, aunque predomina una estabilización de esta variable (56,8 y 57 por ciento en cada caso), también obtienen un peso importante las opiniones en torno a un aumento ligero (35,6 y 32,5 por ciento).

En los resultados obtenidos por ubicación geográfica (Cuadro 6.5) se observa que los establecimientos de alojamiento situados en ciudad tienen una visión más optimista que el conjunto del sector respecto al aumento de ventas, destacando el 33,3 por ciento que espera un aumento moderado de esta variable para 2010, contando también con el porcentaje más alto de empresas que esperan mantener sus trabajadores (78,6 por ciento). También este tipo de empresas tiene una opinión más optimista sobre los beneficios que el conjunto del sector, con un 48,8 y un 23,8 por ciento de ellas que creen que se mantendrán y aumentarán ligeramente en cada caso. Para aquellas empresas localizadas en el interior, el peso que tiene el mantenimiento de precios es mayor que en el conjunto sectorial y que en el resto de ubicaciones (72,6 por

ciento) ocurriendo lo mismo con la inversión cuyo porcentaje de empresas que espera que aumente ligeramente (24,6 por ciento) supera en casi 9 puntos porcentuales a la media del sector y casi duplica a la de los establecimientos de litoral. Estos últimos ven más probable un mantenimiento de las ventas que el resto de establecimientos (48,2 por ciento), mientras que para los beneficios

**Cuadro 6.5**

**Expectativa de crecimiento del sector turístico Andaluz en 2010 respecto a 2009, general y por destinos.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| Total | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|---|---|---|---|---|---|
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 27,6 | 43,4 | 17,4 | 9,2 |
| Número de trabajadores | 0,5 | 11,1 | 75,7 | 10,3 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 66,7 | 18,6 | 5,3 |
| Beneficios | 1,3 | 20,9 | 44,8 | 23,9 | 9,1 |
| Inversión | 4,6 | 14,8 | 65,5 | 7,6 | 7,6 |
| Interior | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,2 | 26,9 | 40,3 | 17,2 | 13,4 |
| Número de trabajadores | 0,8 | 12,0 | 73,7 | 11,3 | 2,3 |
| Precios de venta | 0,0 | 7,4 | 72,6 | 16,3 | 3,7 |
| Beneficios | 2,3 | 21,2 | 40,9 | 21,2 | 14,4 |
| Inversión | 3,0 | 24,6 | 59,7 | 6,0 | 6,7 |
| Litoral | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,9 | 20,9 | 48,2 | 18,7 | 9,4 |
| Número de trabajadores | 0,7 | 11,6 | 73,2 | 11,6 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,7 | 5,8 | 67,6 | 19,4 | 6,5 |
| Beneficios | 0,8 | 16,4 | 43,3 | 30,6 | 9,0 |
| Inversión | 6,0 | 12,8 | 63,9 | 10,5 | 6,8 |
| Ciudad | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 33,3 | 45,2 | 14,3 | 4,8 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 9,5 | 78,6 | 9,5 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,0 | 14,3 | 54,8 | 23,8 | 7,1 |
| Beneficios | 1,2 | 23,8 | 48,8 | 22,6 | 3,6 |
| Inversión | 6,0 | 6,0 | 69,1 | 7,1 | 11,9 |

Los porcentajes medios obtenidos por variable para el total del sector incorporan los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

es el conjunto de empresas que mayor peso concede a una disminución ligera (30,6 por ciento frente al 23,9 del global del sector y a los 21,2 y 22,6 por ciento de interior y ciudad respectivamente).

El sector hotelero apuesta por una estabilización de su actividad para 2010, observando también la posibilidad de crecimiento o disminución moderadas de cada una de las variables analizadas. Así, para el número de trabajadores, un 71,7 por ciento de empresas hoteleras espera un mantenimiento, lo mismo que un 65,4 por ciento para la inversión (Cuadro 6.6). En ventas y beneficios, aunque una mayoría de los hoteles apuestan por su mantenimiento hay también un porcentaje considerable de hoteles que prevé un aumento o disminución ligeros.

Los hoteles de demanda orientada al sol y playa perciben para 2010 un mantenimiento del número de trabajadores y precios de venta. En estos últimos destaca el 11,6 por ciento de establecimientos que esperan una disminución fuerte, siendo el mayor porcentaje en esta expectativa para la variable precios de todas las tipologías analizadas. Respecto a las opiniones en torno a la evolución de los beneficios, se encuentran distribuidas entre la estabilización (36,4 por ciento), la disminución ligera (31,2 por ciento) y el aumento moderado (21,8 por ciento). Los hoteles rurales y de naturaleza destacan por la diversidad de opiniones respecto a las ventas, sobre todo porque es la tipología en la que mayor proporción de hoteles prevén que disminuyan fuertemente (17,3 por ciento). En los hoteles de negocios y reuniones así como en los deportivos existe una tendencia general al mantenimiento de precios (51,6 y 53,8 por ciento respectivamente) aunque conviene precisar el porcentaje de hoteles de ambas tipologías que también creen en un aumento moderado de precios de venta, en concreto, un 16,8 por ciento en negocios y un 27,4 por ciento en deportivo. Además, en los hoteles de esta última tipología, la expectativa de mantener beneficios es mayor que en otras (60,2 por ciento), que conceden más peso a una disminución ligera de éstos.

Las expectativas del conjunto de establecimientos situados en el interior (Cuadro 6.7) es muy similar al conjunto del sector hotelero, a excepción de

**Cuadro 6.6**

**Expectativa de crecimiento del sector hotelero en 2010 respecto a 2009, general y por tipologías.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| Total sector hotelero | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|---|---|---|---|---|---|
| Cifra de negocio (ventas) | 2,9 | 27,6 | 43,8 | 15,9 | 9,8 |
| Número de trabajadores | 0,6 | 12,7 | 71,7 | 12,1 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 63,3 | 21,2 | 6,0 |
| Beneficios | 1,6 | 20,5 | 43,8 | 24,7 | 9,4 |
| Inversión | 5,2 | 12,6 | 65,4 | 8,4 | 8,4 |
| Hoteles de sol y playa | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,6 | 26,3 | 42,7 | 25,8 | 2,6 |
| Número de trabajadores | 1,6 | 12,2 | 66,1 | 17,5 | 2,6 |
| Precios de venta | 0,0 | 6,8 | 65,8 | 15,9 | 11,6 |
| Beneficios | 4,3 | 21,8 | 36,4 | 31,2 | 6,4 |
| Inversión | 0,0 | 9,0 | 72,4 | 5,3 | 13,3 |
| Hoteles culturales | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 0,0 | 31,3 | 36,8 | 20,6 | 11,3 |
| Número de trabajadores | 1,6 | 10,4 | 69,7 | 9,6 | 8,7 |
| Precios de venta | 0,0 | 13,6 | 56,9 | 19,9 | 9,7 |
| Beneficios | 1,6 | 20,6 | 38,5 | 26,1 | 13,2 |
| Inversión | 5,3 | 13,2 | 62,8 | 7,5 | 11,2 |
| Hoteles rurales y de naturaleza | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 8,5 | 25,9 | 29,4 | 18,9 | 17,3 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 17,1 | 53,0 | 26,8 | 3,1 |
| Precios de venta | 0,0 | 2,8 | 81,4 | 15,9 | 0,0 |
| Beneficios | 0,0 | 26,4 | 40,0 | 25,5 | 8,1 |
| Inversión | 4,7 | 20,2 | 75,1 | 0,0 | 0,0 |
| Hoteles de negocios y reunión | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 1,8 | 27,3 | 49,1 | 13,2 | 8,5 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 13,7 | 61,5 | 19,2 | 5,6 |
| Precios de venta | 0,0 | 16,8 | 51,6 | 25,1 | 6,6 |
| Beneficios | 1,9 | 21,4 | 40,6 | 30,3 | 5,7 |
| Inversión | 5,6 | 13,8 | 59,5 | 6,7 | 14,5 |
| Hoteles deportivos | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 1,5 | 48,6 | 43,1 | 3,8 | 3,0 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 42,5 | 37,2 | 20,3 | 0,0 |
| Precios de venta | 0,0 | 27,4 | 53,8 | 17,3 | 1,4 |
| Beneficios | 0,0 | 22,3 | 60,3 | 17,5 | 0,0 |
| Inversión | 0,0 | 30,2 | 60,2 | 2,3 | 7,4 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 6.7**

**Expectativa de crecimiento del sector hotelero en 2010 respecto a 2009, general y por destino.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

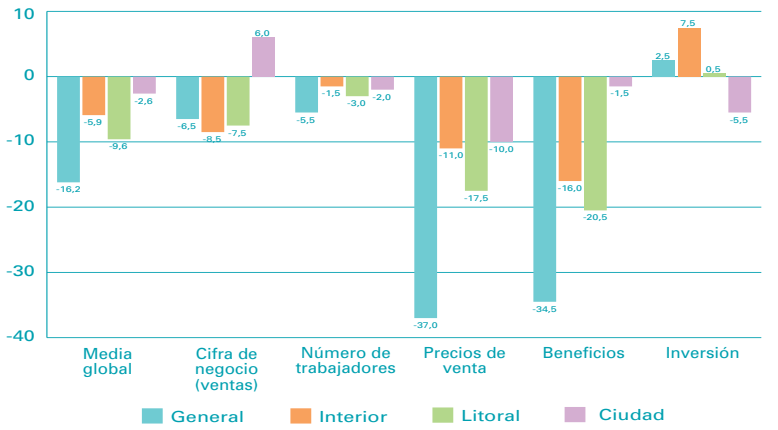
| Total sector hotelero | Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|---|---|---|---|---|---|
| Cifra de negocio (ventas) | 2,9 | 27,6 | 43,8 | 15,9 | 9,8 |
| Número de trabajadores | 0,6 | 12,7 | 71,7 | 12,1 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,3 | 9,2 | 63,3 | 21,2 | 6,0 |
| Beneficios | 1,6 | 20,5 | 43,8 | 24,7 | 9,4 |
| Inversión | 5,2 | 12,6 | 65,4 | 8,4 | 8,4 |
| Hoteles de interior | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 3,2 | 30,9 | 37,2 | 13,8 | 14,9 |
| Número de trabajadores | 1,1 | 16,0 | 64,9 | 14,9 | 3,2 |
| Precios de venta | 0,0 | 9,5 | 64,2 | 21,1 | 5,3 |
| Beneficios | 3,3 | 22,8 | 40,2 | 18,5 | 15,2 |
| Inversión | 3,2 | 19,2 | 63,8 | 6,4 | 7,5 |
| Hoteles de litoral | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,9 | 21,2 | 48,2 | 18,3 | 9,5 |
| Número de trabajadores | 0,7 | 11,8 | 72,8 | 11,8 | 2,9 |
| Precios de venta | 0,7 | 5,8 | 67,9 | 19,7 | 5,8 |
| Beneficios | 0,8 | 16,7 | 43,2 | 30,3 | 9,1 |
| Inversión | 6,1 | 12,2 | 64,1 | 10,7 | 6,9 |
| Hoteles de ciudad | | | | | |
| Cifra de negocio (ventas) | 2,4 | 33,3 | 45,2 | 14,3 | 4,8 |
| Número de trabajadores | 0,0 | 9,5 | 78,6 | 9,5 | 2,4 |
| Precios de venta | 0,0 | 14,3 | 54,8 | 23,8 | 7,1 |
| Beneficios | 1,2 | 23,8 | 48,8 | 22,6 | 3,6 |
| Inversión | 6,0 | 6,0 | 69,1 | 7,1 | 11,9 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

que el porcentaje de establecimientos que estiman una fuerte disminución de las ventas y de los beneficios es mayor que en las otras ubicaciones (14,9 y 15,2 por ciento en cada caso). Casi el 80 por ciento de los hoteles de ciudad prevé un mantenimiento del número de trabajadores en plantilla y supera en 5 puntos porcentuales al conjunto del sector en cuanto a la proporción de empresas con expectativas de aumento moderado de precios.

**Gráfico 6.2**

**Indicador sintético de expectativas de la actividad de las empresas turísticas en 2010**
*Porcentaje*




* Media global obtenida como promedio de los valores de las distintas variables.
** El índice general para las distintas variables incorpora los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuesta al Sector Turístico 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Desde un punto de vista global y para el sector turístico, incorporando el conjunto de variables que definen la marcha del negocio, los resultados del indicador sintético[4] de expectativas de la actividad de las empresas turísticas en 2010 se detallan en el Gráfico 6.2. En relación a las expectativas, la visión general es más positiva que para la evolución del sector en 2009, pues la media para el conjunto del sector adquiere un valor del -16,2. Por variables, las puntuaciones obtenidas han mejorado a las de 2009 excepto en precios de venta y beneficios que han alcanzado un -37 y -34,5 en cada caso. Por zonas, destaca el empeoramiento generalizado que esperan las empresas del litoral sobre todo para los precios de venta (-17,5) y para los beneficios (-20,5). Para

4 Ver Anexo, en el apartado sobre la nota explicativa de elaboración del Indicador sintético de expectativas de la actividad de las empresas turísticas.

las zonas de interior y ciudad también se prevé una mejora general siendo en la primera la inversión, con una puntuación del 7,5, y las ventas en la segunda, con un 6, las que mejores perspectivas presentan.

A continuación se exponen las opiniones empresariales sobre las expectativas de superación de la actual crisis. Ante la caída del consumo turístico y las guerras de precios con las que han respondido las empresas dado el carácter perecedero del producto, el descenso de los ingresos ha sido generalizado, siendo necesario formular una pregunta que recoja las expectativas que tiene cada establecimiento respecto a qué tiempo pasará para volver a obtener el mismo nivel de ingresos previos a la crisis. El conjunto del sector no espera una recuperación hasta al menos el año 2012 (Cuadro 6.8) con un 31,1 por ciento de empresas con esta perspectiva, aunque es mayor el porcentaje de empresas que auguran un horizonte más lejano de recuperación con un 38,4 por ciento que opina que no tendrán ingresos similares a los previos a la crisis hasta después del año 2012.

**Cuadro 6.8**

**Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis general y por tipologías.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Turismo de sol y playa | Turismo cultural | Turismo rural y de naturaleza | Turismo de negocios y reuniones | Turismo deportivo | Total sector |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2010 | 5,3 | 1,9 | 4,3 | 4,4 | 1,2 | 4,0 |
| 2011 | 21,0 | 15,5 | 26,7 | 20,8 | 10,9 | 23,7 |
| 2012 | 34,4 | 33,7 | 34,1 | 28,7 | 48,3 | 31,1 |
| Posterior a 2012 | 36,3 | 46,0 | 31,7 | 37,5 | 28,8 | 38,4 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 3,0 | 3,0 | 3,3 | 5,2 | 10,9 | 2,9 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Respecto a las tipologías, los establecimientos de turismo deportivo se muestran más positivos en cuanto a su recuperación, pues un 48,3 por ciento considera que en el año 2012 obtendrán un nivel de ingresos similar al que tenían previamente a la crisis, al igual que las empresas de turismo rural y de naturaleza, de las que un 34,1 por ciento cree también que su recuperación llegaría para el mismo año, aunque un 31,7 por ciento de ellas vea más tardía la mejora. Cabe destacar en la tipología deportiva el 10,9 por ciento de establecimientos que afirman no haber perdido niveles de ingresos por causa de la crisis, porcentaje alto comparado con el resto de tipologías.

Teniendo en cuenta la ubicación del establecimiento (Cuadro 6.9), solamente aquellos situados en el interior expresan perspectivas más optimistas que aquellos de litoral o en ciudades, pues la distribución de las opiniones se encuentra más repartida entre una recuperación en 2012 y más allá de ese año, mientras que en las otras ubicaciones una mayoría de alojamientos no esperan recuperarse hasta después de 2012.

**Cuadro 6.9**

**Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis general y por ubicación.**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Interior | Litoral | Ciudad | Total sector |
|---|---|---|---|---|
| 2010 | 1,5 | 3,6 | 7,1 | 4,0 |
| 2011 | 26,1 | 20,9 | 20,2 | 23,7 |
| 2012 | 34,3 | 31,7 | 26,2 | 31,1 |
| Posterior a 2012 | 32,8 | 41,7 | 46,4 | 38,4 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 5,2 | 2,2 | 0,0 | 2,9 |

* Los porcentajes para el l total del sector incorporan los resultados de todos los encuestados. En el caso de interior, litoral y ciudad no se consideran las agencias de viajes.

Fuente: Encuesta al Sector Turístico,2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Para el sector hotelero la perspectiva de recuperar el nivel de ingresos previos a la crisis es lejana, pues un 40,8 por ciento de ellos no pronostica signos de mejora al menos hasta después de 2012 (Cuadro 6.10). El hotelero se convierte así en el subsector más negativo del conjunto del sector turístico andaluz en el que destacan las agencias de viajes cuya mayoría de empresas estima que su recuperación tendría lugar en 2011 (34,8 por ciento) y 2012 (30,4 por ciento).

**Cuadro 6.10**

**Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis, hoteles general y por tipologías .**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Hoteles de sol y playa | Hoteles culturales | Hoteles rurales y de naturaleza | Hoteles de negocios y reuniones | Hoteles deportivos | Total sector hotelero |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2010 | 6,6 | 2,6 | 8,4 | 4,6 | 1,4 | 4,1 |
| 2011 | 13,8 | 8,6 | 22,4 | 23,6 | 8,7 | 22,0 |
| 2012 | 39,4 | 40,3 | 27,3 | 30,2 | 49,1 | 30,9 |
| Posterior a 2012 | 36,5 | 44,3 | 35,5 | 39,7 | 27,9 | 40,8 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 3,7 | 4,2 | 6,5 | 1,9 | 13,0 | 2,2 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Respecto a las expectativas de los hoteles por tipo de demanda, casi un 50 por ciento de aquellos pertenecientes a la tipología deportiva estiman su recuperación en 2012. En el resto de tipologías predominan las opiniones de recuperación posteriores a 2012 excepto en el sol y playa en el que un 39,4 por ciento cree que esta mejora se produciría en 2012 frente al 36,5 por ciento a favor de una recuperación más lejana en el tiempo.

En cuanto al análisis por destinos (Cuadro 6.11), los hoteles de interior destacan por manifestar las perspectivas más positivas pues, al contrario que litoral y ciudad, ambas, con más de un 40 por ciento de opiniones a favor de una

recuperación posterior a 2012, un 35,5 por ciento de estos establecimientos estiman la mejora en este último año frente a un 34,4 por ciento que lo espera después de 2012.

**Cuadro 6.11**

**Año en el que se recuperarán los niveles de ingresos previos a la crisis, hoteles general y por ubicación .**
*En porcentaje sobre el total de encuestados*

| | Hoteles de interior | Hoteles de litoral | Hoteles de ciudad | Total sector hotelero |
|---|---|---|---|---|
| 2010 | 2,2 | 3,7 | 7,1 | 4,1 |
| 2011 | 23,7 | 21,2 | 20,2 | 22,0 |
| 2012 | 35,5 | 31,4 | 26,2 | 30,9 |
| Posterior a 2012 | 34,4 | 41,6 | 46,4 | 40,8 |
| No ha perdido niveles de ingresos | 4,3 | 2,2 | 0,0 | 2,2 |

Fuente: Encuesta al Sector Turístico, 2010. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

# Impactos económicos del gasto turístico

Capítulo 7

# 7. IMPACTOS ECONÓMICOS DEL GASTO TURÍSTICO.

En este capítulo se va a estimar el peso del turismo en la actividad económica regional a partir de la variable más significativa de la demanda final turística, el denominado consumo turístico[1]. Para ello se emplea una metodología específica basada en el análisis input-output[2].

## 7.1 Impactos sobre la producción total y sobre el valor añadido bruto.

En 2009 Andalucía recibió 22,9 millones de turistas, de los cuales aproximadamente el 63 por ciento eran residentes en España y el 37 por ciento restante visitaban Andalucía procedentes de países extranjeros. Los gastos estimados de los turistas, nacionales y extranjeros, ascendieron a 8.158,2 y 7.476,1 millones de euros, respectivamente.

Utilizando como base la información de la ECTA se ha estimado el gasto turístico de Andalucía en el año 2009 en 15.634 millones de euros, el 52,2 por ciento de los cuales fue desembolsado por turistas nacionales, andaluces y procedentes del resto de Comunidades Autónomas. Esto quiere decir, que el 63 por ciento de los turistas que recibió Andalucía, que son residentes en territorio nacional, aportan un 52,2 por ciento del gasto total; mientras que el 37 por ciento, procedentes de otros países, aportan el 47,8 por ciento, lo que implica un consumo por visitante mayor para el caso de los extranjeros.

Analizando el perfil de consumo de los turistas en Andalucía, se observa cómo destacan indudablemente las partidas destinadas a las ramas de Restauración y Hoteles, que representan el 28,9 por ciento y el 25,8 por ciento, respectivamente. Seguidas por el grupo Alimentación y Comercio, con el 9,7 y 8,6 por ciento del gasto global, y Transporte y el grupo Servicios financieros y seguros, servicios a las empresas y otros (principalmente compuesto por los Alquileres imputados a segundas viviendas), que representan el 7,5 y 7,7 por ciento, respectivamente.

1 El mismo debe ser interpretado como el gasto en consumo de los turistas en el territorio andaluz y a partir de esta variable se establece la distinción en el gasto entre turismo nacional y turismo extranjero.
2 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

En el caso de la participación de los turistas extranjeros, además de su mayor peso relativo en Hoteles y Restauración, destaca su aproximación al gasto de los turistas nacionales en Bienes de consumo, Alimentación y actividades de Ocio. En la estructura del gasto de los turistas nacionales, éstos concentran su gasto en las actividades de Restauración y Hoteles, abarcando el 38 por ciento del total de sus gastos (Cuadro 7.1), seguidas de las ramas de Transportes, Servicios financieros y otros, y Comercio. En cuanto a la estructura del gasto de los

**Cuadro 7.1**

**Gasto turístico en Andalucía 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Gasto (millones de euros) | Distribución (porcentaje) | Gasto (millones de euros) | Distribución (porcentaje) | Gasto (millones de euros) | Distribución (porcentaje) |
| Alimentación | 726,95 | 9,7 | 727,28 | 8,9 | 1.454,23 | 9,3 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 145,58 | 1,9 | 333,79 | 4,1 | 479,36 | 3,1 |
| Bienes de Consumo | 276,52 | 3,7 | 256,57 | 3,1 | 533,09 | 3,4 |
| Resto de la Industria | 46,97 | 0,6 | 73,63 | 0,9 | 120,59 | 0,8 |
| Construcción | 12,14 | 0,2 | 28,50 | 0,3 | 40,65 | 0,3 |
| Comercio | 645,24 | 8,6 | 973,99 | 11,9 | 1.619,23 | 10,4 |
| Hoteles | 1.928,28 | 25,8 | 1.349,92 | 16,5 | 3.278,20 | 21,0 |
| Restauración | 2.161,45 | 28,9 | 1.749,41 | 21,4 | 3.910,86 | 25,0 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 556,60 | 7,4 | 1.029,25 | 12,6 | 1.585,85 | 10,1 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 577,34 | 7,7 | 1.077,47 | 13,2 | 1.654,82 | 10,6 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 72,40 | 1,0 | 136,72 | 1,7 | 209,12 | 1,3 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 326,66 | 4,4 | 421,66 | 5,2 | 748,32 | 4,8 |
| Total | 7.476,12 | 100,0 | 8.158,19 | 100,0 | 15.634,32 | 100,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

turistas extranjeros, el comportamiento es similar, las partidas más importantes son Restauración y Hoteles, que acumulan el 55 por ciento de su gasto, seguidas de Comercio, Transporte y Servicios financieros y otras actividades.

**Cuadro 7.2**

**Distribución de las partidas de gasto por nacionalidad, 2009.**

| | Extranjeros (porcentaje) | Nacionales (porcentaje) | Gasto (millones de euros) |
|---|---|---|---|
| Alimentación | 50,0 | 50,0 | 1.454,23 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 30,4 | 69,6 | 479,36 |
| Bienes de Consumo | 51,9 | 48,1 | 533,09 |
| Resto de la Industria | 38,9 | 61,1 | 120,59 |
| Construcción | 29,9 | 70,1 | 40,65 |
| Comercio | 39,8 | 60,2 | 1.619,23 |
| Hoteles | 58,8 | 41,2 | 3.278,20 |
| Restauración | 55,3 | 44,7 | 3.910,86 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 35,1 | 64,9 | 1.585,85 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 34,9 | 65,1 | 1.654,82 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 34,6 | 65,4 | 209,12 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 43,7 | 56,3 | 748,32 |
| Total | 47,8 | 52,2 | 15.634,32 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Sin embargo, en términos relativos los turistas nacionales hacen mayor gasto en Comercio, Transportes y en Servicios financieros y otros, mientras que el consumo de los no residentes está mucho más concentrado en Restauración y Hoteles, que son los grupos más importantes en el total del gasto turístico.

Para el cálculo del impacto del gasto turístico sobre la producción total, el análisis no puede quedarse en una mera estimación del consumo de los turistas puesto que este desembolso inicial mueve tras de si una serie de transacciones inter-industriales, de compras y ventas entre ramas, que son necesarias para satisfacer su demanda. Estos efectos son los llamados indirectos o derivados, y medirlos es esencial para evaluar con precisión el efecto real de las actividades turísticas sobre el total de la economía[3].

El consumo de los turistas en Andalucía generó una producción total de 23.042,64 millones de euros para la economía en su conjunto (Cuadro 7.3), si se restan los 15.634,32 millones de consumo estimado inicialmente, que se considera el efecto directo sobre la producción, la diferencia es lo que se llama producción generada de forma indirecta por el turismo. El 32,15 por ciento del efecto total es indirecto lo que representa una repercusión notable sobre otras actividades, por lo que puede considerarse que el turismo es un importante motor de arrastre económico.

Una vez estimada la producción total afectada por el consumo turístico, se observa cómo siguen manteniendo una importancia sobresaliente las ramas de Restauración y Hoteles, pero no obstante pierden peso ante el incremento de peso de otras ramas, resultando un marco mucho menos concentrado, ganan importancia relativa las actividades de Transporte, Comercio y Servicios

3 Gracias a la elaboración de Tablas Input Output es factible calcular los efectos totales, tanto directos como indirectos, que provoca una determinada demanda. Al multiplicar el vector de demanda final de los turistas o gasto inicial, por la matriz inversa, llamada también inversa de Leontief, el resultado es un vector de producción total que proporciona el dato de producción necesaria de cada rama para satisfacer la demanda total de actividades de los turistas. Quiere decir, por ejemplo, que facilitará la cifra de producción de las ramas de Alimentación, pero no solo la destinada a compras directas de los turistas en los mercados, sino también la destinada a otras ramas, por ejemplo, a las ramas de Restauración. Ver Anexo.

financieros y otros, y de forma muy destacable el grupo de Alimentación. Este grupo pasa de representar aproximadamente el 9 por ciento en el gasto total,

**Cuadro 7.3**

**Impactos sobre la producción, 2009.**

| Impacto sobre la Producción | Directo (millones de euros) | Indirectos (millones de euros) | Total (millones de euros) | Distribución porcentual del Impacto total (porcentaje) | Participación de los efectos indirectos en el total por rama (porcentaje) | Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción (porcentaje) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alimentación | 1.454,23 | 1.363,96 | 2.818,19 | 12,2 | 48,4 | 18,4 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 479,36 | 638,97 | 1.118,34 | 4,9 | 57,1 | 8,6 |
| Bienes de Consumo | 533,09 | 299,36 | 832,45 | 3,6 | 36,0 | 4,0 |
| Resto de la Industria | 120,59 | 395,15 | 515,75 | 2,2 | 76,6 | 5,3 |
| Construcción | 40,65 | 583,61 | 624,26 | 2,7 | 93,5 | 7,9 |
| Comercio | 1.619,23 | 835,65 | 2.454,88 | 10,7 | 34,0 | 11,3 |
| Hoteles | 3.278,20 | 78,22 | 3.356,42 | 14,6 | 2,3 | 1,1 |
| Restauración | 3.910,86 | 63,65 | 3.974,51 | 17,2 | 1,6 | 0,9 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 1.585,85 | 1.016,03 | 2.601,88 | 11,3 | 39,0 | 13,7 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 1.654,82 | 1.972,89 | 3.627,71 | 15,7 | 54,4 | 26,6 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 209,12 | 52,44 | 261,56 | 1,1 | 20,1 | 0,7 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 748,32 | 108,38 | 856,70 | 3,7 | 12,7 | 1,5 |
| Total | 15.634,32 | 7.408,32 | 23.042,64 | 100,0 | 32,2 | 100,0 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

tanto en extranjeros como en nacionales, al 12,2 por ciento del impacto global sobre producción. Este hecho se debe al elevado efecto de arrastre y a los efectos indirectos que el turismo ejerce sobre este importante grupo de actividades.

El análisis de los efectos indirectos muestra cuáles son aquellas actividades de las que el turismo ha arrastrado sin ser apreciado en primera instancia. Las más importantes son Alimentación y Servicios financieros y otras actividades, juntas suman el 45 por ciento de los efectos indirectos del turismo, y solamente Alimentación representa el 18,4 por ciento de estos efectos.

El Cuadro 7.4 permite distinguir el impacto sobre la producción del turismo nacional y del turismo extranjero. El impacto sobre la producción del turismo nacional generado por el gasto turístico en Andalucía equivale al 52,10 por ciento del impacto total sobre la producción, por valor de 12 millones de euros. El gasto turístico nacional tiene mayor repercusión en las ramas Restauración y Servicios financieros, seguros y otros, que concentran casi una tercera parte de la producción total, les sigue Transporte con el 13,3 por ciento, y Alimentación, Comercio y Hoteles se reparten el 30 por ciento restante, casi en partes iguales.

El impacto del consumo extranjero sobre la producción mantiene una estructura similar, aunque más concentrado en Restauración y Hoteles. En términos relativos, el turismo nacional gana mayor peso en: Comercio y Transportes. Estas últimas actividades suman casi el 25 por ciento de la producción que ha estimulado el turismo de los residentes.

La estructura de los efectos indirectos en cada colectivo se asemeja bastante, Alimentación es la actividad más sobresaliente, ocupando el 20 por ciento del total del efecto indirecto en extranjeros y aproximadamente el 17 por ciento en nacionales (Cuadro 7.5). Las ramas sobre las que repercuten menos efectos indirectos son Restauración y Hoteles, porque fundamentalmente son el origen de los efectos indirectos del turismo hacia otras actividades como, por ejemplo, Alimentación o Comercio, de las cuáles demanda sus productos para satisfacer, a su vez, la demanda de los turistas.

**Cuadro 7.4**

**Impacto total sobre la producción por nacionalidad, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Impacto (millones de euros) | Distribución (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Distribución (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 1.446,97 | 13,1 | 1.371,22 | 11,4 | 2.818,19 | 48,7 | 51,3 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 441,34 | 4,0 | 677,00 | 5,6 | 1.118,34 | 60,5 | 39,5 |
| Bienes de Consumo | 423,29 | 3,8 | 409,15 | 3,4 | 832,45 | 49,2 | 50,8 |
| Resto de la Industria | 218,49 | 2,0 | 297,25 | 2,5 | 515,75 | 57,6 | 42,4 |
| Construcción | 264,32 | 2,4 | 359,94 | 3,0 | 624,26 | 57,7 | 42,3 |
| Comercio | 1.076,37 | 9,8 | 1.378,50 | 11,5 | 2.454,88 | 56,2 | 43,8 |
| Hoteles | 1.966,83 | 17,8 | 1.389,60 | 11,6 | 3.356,42 | 41,4 | 58,6 |
| Restauración | 2.190,49 | 19,8 | 1.784,02 | 14,9 | 3.974,51 | 44,9 | 55,1 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 1.007,04 | 9,1 | 1.594,85 | 13,3 | 2.601,88 | 61,3 | 38,7 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 1.521,41 | 13,8 | 2.106,30 | 17,5 | 3.627,71 | 58,1 | 41,9 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 95,92 | 0,9 | 165,64 | 1,4 | 261,56 | 63,3 | 36,7 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 385,29 | 3,5 | 471,41 | 3,9 | 856,70 | 55,0 | 45,0 |
| Total | 11.037,76 | 100,0 | 12.004,88 | 100,0 | 23.042,64 | 52,1 | 47,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 7.5**

**Efectos indirectos sobre la producción, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 720,02 | 20,2 | 643,94 | 16,7 | 1.363,96 | 47,2 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 295,76 | 8,3 | 343,22 | 8,9 | 638,97 | 53,7 |
| Bienes de Consumo | 146,77 | 4,1 | 152,59 | 4,0 | 299,36 | 51,0 |
| Resto de la Industria | 171,53 | 4,8 | 223,63 | 5,8 | 395,15 | 56,6 |
| Construcción | 252,18 | 7,1 | 331,44 | 8,6 | 583,61 | 56,8 |
| Comercio | 431,13 | 12,1 | 404,51 | 10,5 | 835,65 | 48,4 |
| Hoteles | 38,55 | 1,1 | 39,68 | 1,0 | 78,22 | 50,7 |
| Restauración | 29,04 | 0,8 | 34,61 | 0,9 | 63,65 | 54,4 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 450,44 | 12,6 | 565,60 | 14,7 | 1.016,03 | 55,7 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 944,07 | 26,5 | 1.028,82 | 26,7 | 1.972,89 | 52,1 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 23,53 | 0,7 | 28,92 | 0,8 | 52,44 | 55,1 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 58,63 | 1,6 | 49,76 | 1,3 | 108,38 | 45,9 |
| Total | 3.561,63 | 100,0 | 3.846,69 | 100,0 | 7.408,32 | 51,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

El siguiente paso consiste en calcular los impactos del gasto turístico sobre el valor añadido bruto[4]. Se ha estimado que el consumo de los turistas, nacionales y extranjeros, ha generado un VAB total de 11.674,58 millones

4 Se trata de descubrir en qué actividades la demanda turística ha contribuido más a la generación de rentas y qué diferencias se han observado entre turismo nacional y extranjero en este sentido.

de euros en 2009 (Cuadro 7.6); de esta cifra 8.201,86 millones de euros es VAB generado de forma directa por el gasto de los turistas, mientras que el resto son efectos indirectos. Estas rentas originadas de forma indirecta por el turismo, han representado el 29,7 por ciento del impacto total sobre el VAB.

**Cuadro 7.6**

**Impacto sobre el valor añadido bruto, 2009.**

| | Directo (millones de euros) | Indirecto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción (porcentaje) | Total (millones de euros) | Distribución porcentual del Impacto total (porcentaje) | Participación de los efectos indirectos en el total por rama (porcentaje) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alimentación | 499,59 | 535,35 | 15,4 | 1.034,94 | 8,9 | 51,7 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 94,33 | 193,52 | 5,6 | 287,85 | 2,5 | 67,2 |
| Bienes de Consumo | 172,58 | 84,33 | 2,4 | 256,91 | 2,2 | 32,8 |
| Resto de la Industria | 44,09 | 118,50 | 3,4 | 162,58 | 1,4 | 72,9 |
| Construcción | 15,98 | 207,97 | 6,0 | 223,95 | 1,9 | 92,9 |
| Comercio | 953,27 | 430,41 | 12,4 | 1.383,67 | 11,9 | 31,1 |
| Hoteles | 2.092,30 | 49,93 | 1,4 | 2.142,22 | 18,3 | 2,3 |
| Restauración | 1.879,59 | 30,59 | 0,9 | 1.910,18 | 16,4 | 1,6 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 661,94 | 475,24 | 13,7 | 1.137,18 | 9,7 | 41,8 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 1.261,37 | 1.263,60 | 36,4 | 2.524,97 | 21,6 | 50,0 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 137,35 | 31,06 | 0,9 | 168,41 | 1,4 | 18,4 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 389,47 | 52,24 | 1,5 | 441,71 | 3,8 | 11,8 |
| Total | 8.201,86 | 3.472,72 | 100,0 | 11.674,58 | 100,0 | 29,7 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 7.7**

**Impacto total sobre el VAB por nacionalidad, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Impacto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos totales extranjeros (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos totales nacionales (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Peso de los nacionales en el total por partida (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 535,64 | 9,5 | 499,30 | 8,3 | 1.034,94 | 48,2 | 51,8 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 127,62 | 2,3 | 160,23 | 2,7 | 287,85 | 55,7 | 44,3 |
| Bienes de Consumo | 131,78 | 2,3 | 125,12 | 2,1 | 256,91 | 48,7 | 51,3 |
| Resto de la Industria | 72,33 | 1,3 | 90,25 | 1,5 | 162,58 | 55,5 | 44,5 |
| Construcción | 96,10 | 1,7 | 127,85 | 2,1 | 223,95 | 57,1 | 42,9 |
| Comercio | 606,82 | 10,7 | 776,85 | 12,9 | 1.383,67 | 56,1 | 43,9 |
| Hoteles | 1.255,32 | 22,2 | 886,90 | 14,7 | 2.142,22 | 41,4 | 58,6 |
| Restauración | 1.052,76 | 18,6 | 857,41 | 14,2 | 1.910,18 | 44,9 | 55,1 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 465,26 | 8,2 | 671,92 | 11,1 | 1.137,18 | 59,1 | 40,9 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 1.045,30 | 18,5 | 1.479,67 | 24,5 | 2.524,97 | 58,6 | 41,4 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 59,96 | 1,1 | 108,46 | 1,8 | 168,41 | 64,4 | 35,6 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 196,04 | 3,5 | 245,67 | 4,1 | 441,71 | 55,6 | 44,4 |
| Total | 5.644,94 | 100,0 | 6.029,64 | 100,0 | 11.674,58 | 51,6 | 48,4 |
| Peso sobre el VAB andaluz (porcentaje) | 4,3 | | 4,5 | | 8,8 | | |
| Peso sobre el PIB andaluz (porcentaje) | 4,0 | | 4,2 | | 8,2 | | |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

De la cifra de VAB total originado por el consumo, el turismo nacional ha aportado el 51,6 por ciento, mientras que el extranjero el 48,4 por ciento restante (Cuadro 7.7). Los porcentajes son muy similares a los del reparto del impacto sobre la producción.

Teniendo en cuenta que el VAB andaluz de 2009 se ha valorado en 132.680 millones, por el Instituto Nacional de Estadística (Contabilidad Regional de España), el impacto total sobre el VAB del gasto turístico ha supuesto el 8,8 por ciento del VAB regional, y un 8,2 por ciento de las cifras del PIB. El turismo nacional en Andalucía ha aportado el 4,5 por ciento del VAB regional y el turismo extranjero un 4,3 por ciento.

Las actividades con mayor impacto total sobre el VAB son Servicios financieros y otras actividades, Hoteles y Restauración, con el 21,6 por ciento, el 18,3 por ciento y 16,4 por ciento del total respectivamente, que podrían resumirse en Alojamiento y Restauración, puesto que la partida más importante de Servicios financieros y otros, son los Alquileres y Alquileres imputados. Les siguen las actividades de Comercio, Transporte y Alimentación, con porcentajes del 11,9 por ciento, 9,7 por ciento y 8.9 por ciento respectivamente.

En las ramas del Comercio y Transportes se generan bastante VAB de forma indirecta (en Comercio los efectos indirectos sobre el VAB suponen un 12,4 por ciento del total y en Transportes un 13,7 por ciento) ya que son actividades demandadas tanto por los turistas como por los proveedores de estos, y mantienen la misma importancia en términos de efectos directos como indirectos sobre el VAB, al contrario que Hoteles y Restauración que básicamente están afectadas de forma directa (en estas ramas los pesos sobre los efectos indirectos totales son del 2,3 por ciento y del 1,6 por ciento respectivamente; estos porcentajes se pueden consultar en el Cuadro 7.6.

Las ramas de Comercio y Transporte han generado algo más de valor añadido que las actividades de la Alimentación, las cuáles han aportado el 8,9 por ciento del total del VAB originado por el turismo, y que ha perdido significación en comparación al lugar que ocupaba en producción. En términos generales,

**Cuadro 7.8**

**Efectos indirectos sobre el VAB por nacionalidad, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos extranjeros (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos nacionales (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total por ramas (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total por ramas (porcentaje) |
| Alimentación | 280,09 | 16,7 | 255,26 | 14,2 | 535,35 | 47,7 | 52,3 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 94,56 | 5,6 | 98,96 | 5,5 | 193,52 | 51,1 | 48,9 |
| Bienes de Consumo | 41,68 | 2,5 | 42,65 | 2,4 | 84,33 | 50,6 | 49,4 |
| Resto de la Industria | 52,01 | 3,1 | 66,49 | 3,7 | 118,50 | 56,1 | 43,9 |
| Construcción | 90,98 | 5,4 | 116,99 | 6,5 | 207,97 | 56,3 | 43,7 |
| Comercio | 222,67 | 13,2 | 207,74 | 11,6 | 430,41 | 48,3 | 51,7 |
| Hoteles | 24,60 | 1,5 | 25,32 | 1,4 | 49,93 | 50,7 | 49,3 |
| Restauración | 13,96 | 0,8 | 16,63 | 0,9 | 30,59 | 54,4 | 45,6 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 211,49 | 12,6 | 263,75 | 14,7 | 475,24 | 55,5 | 44,5 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 606,71 | 36,1 | 656,89 | 36,7 | 1.263,60 | 52,0 | 48,0 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 13,92 | 0,8 | 17,14 | 1,0 | 31,06 | 55,2 | 44,8 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 27,70 | 1,6 | 24,54 | 1,4 | 52,24 | 47,0 | 53,0 |
| Total | 1.680,35 | 100,0 | 1.792,37 | 100,0 | 3.472,72 | 51,6 | 48,4 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Hoteles, Restauración y Servicios financieros y otras actividades concentran el 56 por ciento de las rentas totales generadas, al igual que acumulan también el gasto de los turistas, pero incrementan bastante su peso las actividades del Comercio y los Servicios financieros y empresariales.

Descendiendo al caso del impacto por colectivo de turistas, los resultados no varían considerablemente respecto al impacto sobre la producción. Predomina el efecto del turismo nacional que aporta el 51,6 por ciento del VAB, y mantiene su peso en cada grupo de actividad, aunque alcanza una clara superioridad en las ramas de Transportes y las actividades de servicios, prácticamente con el 60 por ciento, además de otras ramas menos importantes como Resto de la industria o Construcción (Cuadro 7.7). Al igual que en el impacto sobre la producción andaluza, el grado de importancia del VAB generado por el turismo extranjero es mayor en las ramas de Hoteles y Restauración, aportando el 58,6 por ciento y 55,1 por ciento respectivamente.

A grandes rasgos no parecen discrepar demasiado ambos impactos en términos de VAB según nacionalidad. La única diferencia, aunque no se puede considerar del todo relevante, es que el turismo nacional genera mayores rentas, mayor VAB, en Comercio y Transportes. Mientras que las rentas generadas por el turismo extranjero parecen concentrarse aún más en Hoteles y Restauración.

### 7.2 El impacto sobre las importaciones y sobre la remuneración de asalariados.

El impacto total sobre las importaciones en Andalucía provocado por el gasto turístico en el año 2009 necesarias para atender el consumo de los turistas en Andalucía ha sido de 3.666,36 millones de euros; del cuál, 2.314,08 millones provienen del efecto directo del turismo, el 63 por ciento, mientras que el resto, 1.352,27 millones, un 37 por ciento, es el valor de las importaciones provocadas de manera indirecta por esta actividad. El arrastre indirecto de las actividades del turismo sobre la importación es, por tanto, superior al considerado sobre el valor añadido bruto.

**Cuadro 7.9**

**Impacto total sobre las importaciones, 2009**

| | Directo (millones de euros) | Indirecto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción (porcentaje) | Total (millones de euros) | Distribución porcentual del Impacto total (porcentaje) | Participación de los efectos indirectos en el total por rama (porcentaje) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alimentación | 318,31 | 290,40 | 21,5 | 608,72 | 16,6 | 47,7 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 235,45 | 249,61 | 18,5 | 485,06 | 13,2 | 51,5 |
| Bienes de Consumo | 184,96 | 114,96 | 8,5 | 299,92 | 8,2 | 38,3 |
| Resto de la Industria | 30,27 | 128,05 | 9,5 | 158,32 | 4,3 | 80,9 |
| Construcción | 8,21 | 97,14 | 7,2 | 105,35 | 2,9 | 92,2 |
| Comercio | 150,39 | 123,53 | 9,1 | 273,93 | 7,5 | 45,1 |
| Hoteles | 251,07 | 5,99 | 0,4 | 257,06 | 7,0 | 2,3 |
| Restauración | 699,85 | 11,39 | 0,8 | 711,24 | 19,4 | 1,6 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 338,96 | 193,11 | 14,3 | 532,07 | 14,5 | 36,3 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 20,32 | 122,63 | 9,1 | 142,95 | 3,9 | 85,8 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 17,68 | 4,72 | 0,3 | 22,40 | 0,6 | 21,1 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 58,61 | 10,73 | 0,8 | 69,34 | 1,9 | 15,5 |
| Total | 2.314,08 | 1.352,27 | 100,0 | 3.666,36 | 100,0 | 36,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En el impacto total del turismo sobre las importaciones andaluzas, por ramas de actividad, se observa que las actividades que mayores importaciones han generado a consecuencia del turismo son Alimentación, Restauración, Transportes y Energía y otros, con el 63,7 por ciento del total. De las importaciones que llevaron a cabo Alimentación y Energía, prácticamente la mitad, el 47,7 por ciento y 51,5 por ciento de sus importaciones totales, provienen del estímulo indirecto del turismo.

**Cuadro 7.10**

**Impacto total sobre las importaciones por nacionalidad, año 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Impacto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos totales extranjeros (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos totales nacionales (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 310,85 | 18,2 | 297,87 | 15,2 | 608,72 | 48,9 | 51,1 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 177,77 | 10,4 | 307,29 | 15,7 | 485,06 | 63,4 | 36,6 |
| Bienes de Consumo | 150,99 | 8,8 | 148,93 | 7,6 | 299,92 | 49,7 | 50,3 |
| Resto de la Industria | 64,22 | 3,8 | 94,10 | 4,8 | 158,32 | 59,4 | 40,6 |
| Construcción | 45,83 | 2,7 | 59,51 | 3,0 | 105,35 | 56,5 | 43,5 |
| Comercio | 115,71 | 6,8 | 158,22 | 8,1 | 273,93 | 57,8 | 42,2 |
| Hoteles | 150,64 | 8,8 | 106,43 | 5,4 | 257,06 | 41,4 | 58,6 |
| Restauración | 391,99 | 23,0 | 319,25 | 16,3 | 711,24 | 44,9 | 55,1 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 192,79 | 11,3 | 339,28 | 17,3 | 532,07 | 63,8 | 36,2 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 65,77 | 3,9 | 77,18 | 3,9 | 142,95 | 54,0 | 46,0 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 8,85 | 0,5 | 13,55 | 0,7 | 22,40 | 60,5 | 39,5 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 31,35 | 1,8 | 37,99 | 1,9 | 69,34 | 54,8 | 45,2 |
| Total | 1.706,76 | 100,0 | 1.959,60 | 100,0 | 3.666,36 | 53,4 | 46,6 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Respecto a la distribución por colectivo de turistas, se observa que, en términos generales, el turismo nacional representa más del 50 por ciento de las importaciones generadas por esta actividad en prácticamente todas las ramas, excepto en Hoteles y Restauración que representa en torno al 45 por ciento, y en las actividades de Alimentación y Bienes de consumo donde vienen a igualarse prácticamente al 50 por ciento. Destaca sobre todo, su participación Transportes, un 63,8 por ciento del total, y en el Resto de la Industria y en los Servicios públicos, con el 60 por ciento del total.

Es de singular interés el análisis de las importaciones que de manera secundaria ha producido el turismo. En este caso el tirón del consumo nacional es particularmente mayor, superior al 55 por ciento, como media general, exceptuando el caso del Ocio, Comercio y Alimentación, donde el impacto indirecto sobre importaciones del turismo extranjero es algo superior.

Los cuadros anteriores suministran información detallada tanto sobre la estructura del impacto del gasto del turismo nacional sobre las importaciones andaluzas como de la estructura del impacto provocado sobre las mismas por el gasto del turismo extranjero. En términos generales, no parecen existir grandes diferencias entre colectivos, salvo que el perfil del consumo nacional genera un mayor impulso sobre las importaciones en Energía y Transportes, en más de 5 puntos porcentuales superior, en términos relativos. Los demás grupos además de los citados no representan un peso significativo. Respecto a la estructura por nacionalidad de los efectos indirectos sobre la importación no existen diferencias significativas.

Por último, se ha estimado el impacto del gasto turístico sobre la remuneración de asalariados en 2009, como parte fundamental del valor añadido. El impacto total sobre la remuneración de asalariados en Andalucía provocado por el gasto turístico en 2009 se cifra en 5.056,58 millones de euros; de ellos, 3.508 millones, provienen del efecto directo del turismo, el 69,4 por ciento, mientras que el resto, 1.548,58 millones, un 30,6 por ciento, es el valor de la remuneración de asalariados provocada de manera indirecta por esta actividad.

**Cuadro 7.11**

**Efectos indirectos sobre las importaciones por nacionalidad, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos extranjeros (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos nacionales (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 154,58 | 24,0 | 135,82 | 19,2 | 290,40 | 46,8 | 53,2 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 110,67 | 17,2 | 138,94 | 19,6 | 249,61 | 55,7 | 44,3 |
| Bienes de Consumo | 55,97 | 8,7 | 58,99 | 8,3 | 114,96 | 51,3 | 48,7 |
| Resto de la Industria | 55,38 | 8,6 | 72,67 | 10,2 | 128,05 | 56,8 | 43,2 |
| Construcción | 43,37 | 6,7 | 53,77 | 7,6 | 97,14 | 55,4 | 44,6 |
| Comercio | 62,22 | 9,7 | 61,31 | 8,6 | 123,53 | 49,6 | 50,4 |
| Hoteles | 2,95 | 0,5 | 3,04 | 0,4 | 5,99 | 50,7 | 49,3 |
| Restauración | 5,20 | 0,8 | 6,19 | 0,9 | 11,39 | 54,4 | 45,6 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 86,06 | 13,4 | 107,06 | 15,1 | 193,11 | 55,4 | 44,6 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 58,51 | 9,1 | 64,13 | 9,0 | 122,63 | 52,3 | 47,7 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 2,10 | 0,3 | 2,63 | 0,4 | 4,72 | 55,6 | 44,4 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 6,09 | 0,9 | 4,64 | 0,7 | 10,73 | 43,2 | 56,8 |
| Total | 643,09 | 100,0 | 709,19 | 100,0 | 1.352,27 | 52,4 | 47,6 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

**Cuadro 7.12**

**Impacto total sobre la remuneración de asalariados, 2009.**

| | Directo (millones de euros) | Indirecto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción (porcentaje) | Total (millones de euros) | Distribución porcentual del Impacto total (porcentaje) | Participación de los efectos indirectos en el total por rama (porcentaje) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alimentación | 203,58 | 195,86 | 12,6 | 399,44 | 7,9 | 49,0 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 24,73 | 56,06 | 3,6 | 80,79 | 1,6 | 69,4 |
| Bienes de Consumo | 105,65 | 49,65 | 3,2 | 155,30 | 3,1 | 32,0 |
| Resto de la Industria | 26,45 | 75,09 | 4,8 | 101,54 | 2,0 | 74,0 |
| Construcción | 9,69 | 124,27 | 8,0 | 133,96 | 2,6 | 92,8 |
| Comercio | 524,34 | 222,27 | 14,4 | 746,61 | 14,8 | 29,8 |
| Hoteles | 908,25 | 21,67 | 1,4 | 929,92 | 18,4 | 2,3 |
| Restauración | 993,03 | 16,16 | 1,0 | 1.009,19 | 20,0 | 1,6 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 309,81 | 197,32 | 12,7 | 507,12 | 10,0 | 38,9 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 118,59 | 539,94 | 34,9 | 658,53 | 13,0 | 82,0 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 92,12 | 20,62 | 1,3 | 112,74 | 2,2 | 18,3 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 191,77 | 29,68 | 1,9 | 221,45 | 4,4 | 13,4 |
| Total | 3.508,00 | 1.548,58 | 100,0 | 5.056,58 | 100,0 | 30,6 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

En el impacto total del turismo sobre la remuneración de asalariados, por ramas de actividad, se observa que las actividades más destacadas son; Restauración, Hoteles y Comercio, las cuáles aúnan el 53 por ciento del impacto global.

**Cuadro 7.13**

**Impacto total sobre la remuneración de asalariados, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Impacto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos totales extranjeros (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos totales nacionales (porcentaje) | Impacto (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 204,82 | 8,3 | 194,62 | 7,5 | 399,44 | 48,7 | 51,3 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 35,16 | 1,4 | 45,63 | 1,8 | 80,79 | 56,5 | 43,5 |
| Bienes de Consumo | 79,36 | 3,2 | 75,94 | 2,9 | 155,30 | 48,9 | 51,1 |
| Resto de la Industria | 41,92 | 1,7 | 59,62 | 2,3 | 101,54 | 58,7 | 41,3 |
| Construcción | 57,60 | 2,3 | 76,36 | 3,0 | 133,96 | 57,0 | 43,0 |
| Comercio | 322,25 | 13,0 | 424,36 | 16,4 | 746,61 | 56,8 | 43,2 |
| Hoteles | 544,92 | 22,0 | 385,00 | 14,9 | 929,92 | 41,4 | 58,6 |
| Restauración | 556,20 | 22,5 | 452,99 | 17,5 | 1.009,19 | 44,9 | 55,1 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 195,24 | 7,9 | 311,88 | 12,1 | 507,12 | 61,5 | 38,5 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 295,01 | 11,9 | 363,52 | 14,1 | 658,53 | 55,2 | 44,8 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 39,93 | 1,6 | 72,81 | 2,8 | 112,74 | 64,6 | 35,4 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 101,62 | 4,1 | 119,82 | 4,6 | 221,45 | 54,1 | 45,9 |
| Total | 2.474,03 | 100,0 | 2.582,55 | 100,0 | 5.056,58 | 51,1 | 48,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Respecto a la distribución por colectivo de turistas, se observa que en términos generales el turismo nacional representa más del 50 por ciento de las remuneraciones generadas por esta actividad en prácticamente todas las ramas, excepto en Hoteles y Restauración que representa el 41,4 y 44,9 por ciento, y en las actividades de Alimentación y Bienes de consumo donde vienen a acercarse al 49 por ciento. Destaca sobre todo, su participación en los Servicios financieros y otros, un 64,6 por ciento del total, y en Transportes, anexos y comunicaciones, con el 61,5 por ciento del total.

Es de singular interés el análisis de las remuneraciones que de manera secundaria ha producido el turismo. En este caso el tirón del consumo nacional es particularmente mayor, superior al 55 por ciento en los grupos Resto de la industria, Construcción y Transportes, y supera el 50 por ciento en todas las ramas exceptuando el caso de la Alimentación, Comercio y las actividades del ocio, donde el impacto indirecto sobre remuneraciones del turismo extranjero es algo superior.

En la estructura del impacto del turismo nacional sobre la remuneración de asalariados en Andalucía, las actividades que mayor efecto provoca el turismo nacional son: Restauración y Comercio, con el 17,5 por ciento y16,4 por ciento, respectivamente, seguidas por Hoteles y Servicios financieros y otros, que significan el 14,9 y 14,1 por ciento de los efectos totales del turismo nacional sobre remuneraciones.

En cuanto a la estructura del impacto del turismo extranjero sobre las remuneraciones de asalariados en Andalucía, destacan las mismas ramas que para el caso nacional, pero Restauración, que apenas mantiene efectos indirectos, ocupa el primer lugar, junto con Hoteles, y ambas aúnan el 44,5 por ciento del total de las remuneraciones generadas por el turismo de los extranjeros.

En términos generales, no parecen existir grandes diferencias entre colectivos, salvo que el perfil del consumo nacional genera un mayor impulso sobre las remuneraciones en Comercio y Transportes y comunicaciones, en prácticamente 4 puntos porcentuales superior, en términos relativos. Los demás grupos además de los citados no representan un peso significativo.

**Cuadro 7.14**

**Efectos indirectos sobre la remuneración de asalariados, 2009.**

| | Extranjeros | | Nacionales | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos extranjeros (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Distribución porcentual de los efectos indirectos nacionales (porcentaje) | Efectos (millones de euros) | Peso de los efectos nacionales sobre el total (porcentaje) | Peso de los efectos extranjeros sobre el total (porcentaje) |
| Alimentación | 102,97 | 13,9 | 92,89 | 11,5 | 195,86 | 47,4 | 52,6 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 27,44 | 3,7 | 28,62 | 3,5 | 56,06 | 51,0 | 49,0 |
| Bienes de Consumo | 24,52 | 3,3 | 25,12 | 3,1 | 49,65 | 50,6 | 49,4 |
| Resto de la Industria | 32,29 | 4,4 | 42,80 | 5,3 | 75,09 | 57,0 | 43,0 |
| Construcción | 54,70 | 7,4 | 69,57 | 8,6 | 124,27 | 56,0 | 44,0 |
| Comercio | 113,86 | 15,3 | 108,40 | 13,4 | 222,27 | 48,8 | 51,2 |
| Hoteles | 10,68 | 1,4 | 10,99 | 1,4 | 21,67 | 50,7 | 49,3 |
| Restauración | 7,37 | 1,0 | 8,79 | 1,1 | 16,16 | 54,4 | 45,6 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 86,72 | 11,7 | 110,59 | 13,7 | 197,32 | 56,0 | 44,0 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 255,94 | 34,5 | 284,00 | 35,2 | 539,94 | 52,6 | 47,4 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 9,36 | 1,3 | 11,26 | 1,4 | 20,62 | 54,6 | 45,4 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 16,31 | 2,2 | 13,36 | 1,7 | 29,68 | 45,0 | 55,0 |
| Total | 742,18 | 100,0 | 806,41 | 100,0 | 1.548,58 | 52,1 | 47,9 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Respecto a la estructura por colectivo de los efectos indirectos sobre las remuneraciones de asalariados, no existen tampoco diferencias significativas. En ambos casos es la rama de Servicios financieros e inmobiliarios la de mayor importancia, con prácticamente el 35 por ciento de los efectos indirectos en ambos colectivos, las actividades del Comercio representan el 13,4 por ciento en el caso de los turistas nacionales, y 15,3 por ciento en el de los extranjeros. Estas ranas son seguidas por los Transportes que significan el 13,7 por ciento en el caso de los turistas nacionales y el 11, 7 por ciento respecto a las remuneraciones generadas de manera indirecta por el turismo extranjero.

# Segmentación de la demanda turística

Capítulo 8

# 8. SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

En este capítulo se realiza una aproximación a las características de los turistas que han visitado Andalucía durante el año 2009. En concreto, se desea obtener una aproximación de la demanda turística[1] mediante la segmentación del mercado en grupos de individuos con un comportamiento homogéneo. La motivación del análisis surge por el hecho de que el conocimiento de los segmentos, que componen la demanda turística, es un elemento de primordial importancia para la elaboración de estrategias y el logro de un uso más eficiente de los recursos por parte de las empresas y los organismos encargados de la elaboración de políticas económicas.

## 8.1 Perfiles del turista según destino de litoral, interior y de ciudad.

El análisis del perfil del turista se realiza a partir de los microdatos de la ECTA para el año 2009, lo que supone utilizar la información relativa a 19.209 individuos.

Entre los factores determinantes[2] del modelo de elección del destino, destaca, en primer lugar, la distribución de los visitantes según el destino: el 59,49 por ciento de los mismos realiza una estancia en municipios o capitales costeras, el 23,52 por ciento en capitales de interior y el 16,99 por ciento en municipios de interior.

En este aspecto se observa, en primer lugar, que los turistas encuestados varones superan a las mujeres en todos los destinos, registrándose las mayores diferencias en los municipios de interior, y en los municipios y capitales costeras. En segundo lugar, en relación con la distribución de los visitantes según grupo de edad, el colectivo mayoritario es el que tiene una

1 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

2 Entre las variables introducidas en el modelo se insertan variables ficticias que indican si el individuo ha realizado actividades de compra, disfrute y uso de playas, observación de la naturaleza, actividades deportivas, asistencia a eventos culturales o deportivos, actividades culturales (visitas a museos, monumentos, etc.) y asistencia a congresos y reuniones.

**Cuadro 8.1**

**Análisis descriptivo de las variables utilizadas en la estimación del modelo de elección de destino** *(porcentaje)*.

| Variables | Municipios y capitales costeras | Capitales de interior | Municipios de interior de interior | Total |
|---|---|---|---|---|
| **Sexo** | | | | |
| Varón | 59 | 55 | 59 | 58 |
| Mujer | 41 | 45 | 41 | 42 |
| **Edad** | | | | |
| Entre 18-29 | 12 | 28 | 12 | 16 |
| Entre 30-44 | 35 | 39 | 43 | 37 |
| Entre 45-64 | 35 | 27 | 34 | 33 |
| 65 o más | 18 | 4 | 10 | 14 |
| **Nacionalidad** | | | | |
| España | 75 | 71 | 84 | 75 |
| Alemania | 4 | 3 | 3 | 4 |
| Francia | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Reino Unido | 10 | 4 | 4 | 7 |
| Resto del mundo | 10 | 20 | 8 | 12 |
| **Actividad económica** | | | | |
| Trabajando | 66 | 79 | 80 | 71 |
| Parado | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Estudiante | 3 | 10 | 2 | 4 |
| Jubilado | 25 | 6 | 13 | 18 |
| Labores del hogar | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Otra | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **Actividades turísticas** | | | | |
| Compras | 11 | 11 | 7 | 10 |
| Act. de disfrute y uso de playas | 78 | 3 | 8 | 48 |
| Observación de la naturaleza | 18 | 28 | 47 | 25 |
| Actividades deportivas | 10 | 1 | 7 | 8 |
| Asistencia a eventos | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,…) | 12 | 68 | 57 | 33 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 1 | 3 | 1 | 1 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

edad comprendida entre los 30 y 44 años. Además, es en los municipios de interior donde alcanza su mayor peso con un 43 por ciento. En tercer lugar, la ordenación de los visitantes según nacionalidad muestra que en los municipios y capitales costeras los colectivos británico y alemán representan conjuntamente un 14 por ciento sobre el total de turistas, mientras que en los otros dos destinos estos colectivos de extranjeros sólo representan el 7 por ciento. En términos generales, si se considera a todo el colectivo de extranjeros, la mayor representación de los mismos aparece en las capitales de interior (un 29 por ciento), por el contrario su menor peso corresponde a los municipios de interior (un 16 por ciento).

En relación con la actividad económica como datos más reveladores se constatan, por una parte, que para toda la muestra los turistas que trabajan superan el 70 por ciento, registrando su mayor proporción en los municipios de interior, con un 80 por ciento. Por otra parte, la segunda situación en orden de importancia dentro de los municipios de interior, y en los municipios y capitales costeras es la de jubilado, con porcentajes respectivos del 13 por ciento y 25 por ciento; mientras que en las capitales interiores, el segundo grupo en orden de importancia son los estudiantes, con un 10 por ciento.

Con respecto a las variables que indican si los visitantes han realizado una determinada actividad turística, la representación de cada una de ellas está claramente asociada a la elección del destino turístico. Así, por ejemplo, aquellos turistas que visitan municipios y capitales costeras declaran, en un 78 por ciento de los casos, que realizan actividades de disfrute y uso de la playa. Por el contrario, si el destino elegido corresponde con los municipios de interior, las actividades más elegidas son las relacionadas con la observación de la naturaleza y las culturales, ya que el 47 por ciento y el 57 por ciento de los visitantes las realizan, respectivamente. En las capitales interiores, las dos actividades anteriores son también las más representativas, aunque los porcentajes de turistas que las realizan varían (un 28 por ciento observa la naturaleza, mientras que un 68 por ciento realiza actividades culturales).

**Cuadro 8.2**

**Análisis descriptivo de las variables explicativas adicionales en los modelos de duración y número de municipios visitados.**

| **Forma de viajar** | Porcentaje sobre total |
|---|---|
| Solo | 17,41 |
| Pareja | 58,71 |
| Acompañado de familiares | 16,44 |
| Acompañado de amigos | 7,25 |
| Otros | 0,18 |
| **Forma de organizar el viaje** | |
| Solo | 80,57 |
| Organizado por un club | 8,92 |
| Adquisición de un paquete turístico | 10,51 |
| **Motivo principal del viaje** | |
| Trabajo o Negocios | 2,92 |
| Asistencia a ferias, monográficos, congr. | 0,70 |
| Vacaciones/Ocio | 87,59 |
| Eventos culturales | 0,62 |
| Visitas a familiares y amigos | 6,87 |
| Estudios | 0,51 |
| Otros motivos | 0,79 |
| **Tipo de alojamiento** | |
| Hoteles y otros establecimientos hoteleros | 73,71 |
| Apartamentos o casas | 24,70 |
| Otros alojamientos | 1,13 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

El análisis descriptivo de las variables explicativas adicionales introducidas para aplicar los modelos de duración de la estancia refleja, por un lado, que la duración de la estancia media en Andalucía está en torno a los 8 días, para todos los periodos considerados.

Además, como principales resultados asociados a estas variables para el año 2009 se comprueba, por un lado, que el 80,6 por ciento de los turistas encuestados han organizado su viaje de forma individual, habiendo realizado el viaje en pareja el 58,7 por ciento. Por otro lado, el motivo principal de la estancia en la comunidad andaluza corresponde al desarrollo de la actividad vacacional (87,6 por ciento), seguido del grupo de individuos que se alojan en Andalucía para visitar amigos o familiares (6,9 por ciento).

Para las variables vinculadas al modelo de elección del tipo de alojamiento[3] se ha tomado la decisión de realizar tres agrupaciones con objeto de tener un suficiente número de observaciones en cada alternativa para poder realizar la estimación del modelo. Concretamente, se consideran las siguientes agrupaciones[4]: en primer lugar, aparecen los individuos que eligen como alojamiento hotel, otro alojamiento hotelero y pensión, lo cual representan el 73,7 por ciento de las observaciones; en segundo lugar, se incluyen a los visitantes que se alojan en cualquier modalidad de apartamento o casa (es decir, alquilado, en propiedad o apartamento perteneciente a amigos o familiares), esta alternativa representa el 24,7 por ciento del total; por último, el resto de individuos está comprendido por aquellos que optan por alojarse en campings, albergues, villas turísticas, casas rurales u otro tipo de alojamiento, este grupo tienen un peso del 1,6 por ciento.

Por último, en cuanto al modelo explicativo del gasto, en la estimación de los elementos influyentes sobre el gasto turístico per cápita (que asciende en términos medios a 324 €), las variables explicativas del mismo son las consideradas anteriormente.

3 Los factores explicativos que se incluyen en el modelo que explica la elección de alojamiento son similares a los que se incluyen en el modelo explicativo de la duración, a excepción del propio alojamiento.

4 La ECTA permite diferenciar los siguientes tipos de alojamiento en el primer municipio donde se pernocta: hotel, otro alojamiento hotelero (parador, apartahotel,...), pensión, apartamento alquilado, apartamento en propiedad, apartamento de amigos o familiares, camping, albergue, villa turística, casa rural o similar y otros.

**Cuadro 8.3**

**Distribución de los encuestados según tipo de alojamiento.**

| Tipo de alojamiento | Porcentaje sobre el total |
|---|---|
| Hotel | 67,41 |
| Otro alojamiento hotelero (parados, apartahotel,...) | 4,36 |
| Pensión | 1,95 |
| Casa o apartamento alquilado | 5,76 |
| Casa o apartamento en propiedad | 10,5 |
| Casa o apartamento de amigos o familiares | 8,44 |
| Camping | 0,65 |
| Albergue | 0,23 |
| Villa turística | 0,13 |
| Casa rural o similar | 0,13 |
| Otros | 0,46 |
| Total | 100 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta Turística de Adalucía (IEA, 2009).

## 8.2 Modelos de segmentación de la demanda.

### *Modelo de elección de destino turístico.*

El modelo elegido para cuantificar la influencia de un conjunto de variables explicativas sobre la elección de destino turístico es un modelo *logit multinomial*[5]. En este modelo se ha elegido como categoría de referencia la probabilidad, que tiene cada individuo, de elegir como destino turístico un municipio interior, con lo cual se miden las probabilidades relativas de elegir el destino capitales interiores respecto a municipios de interior y probabilidades relativas de elegir municipios y capitales costeras respecto a municipios de interior.

5 Véase Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

**Cuadro 8. 4**

**Estimación del modelo logit multinomial para la elección de destino turístico**

| Variables | Capitales interiores | | Municipios y capitales costeras | |
|---|---|---|---|---|
| | Coeficiente | Odd ratio | Coeficiente | Odd ratio |
| **Sexo** | | | | |
| Varón | -0,043 | 0.957 | 0.079 | 1.082 |
| **Edad** | | | | |
| Entre 18-29 | 0.774*** | 2.168*** | 0.199** | 1.221** |
| Entre 45-64 | -0,071 | 0.931 | 0.207** | 1.230** |
| 65 o más | -0.332** | 0.717** | 0.393*** | 1.482** |
| **Nacionalidad** | | | | |
| Alemania | 0.159 | 1.172 | -0.004 | 0.995 |
| Francia | 0.767*** | 2.153*** | -0.004 | 0.432** |
| Reino Unido | 0.237* | 1.267* | 0.228* | 1.257* |
| Resto del mundo | 0.8777 | 2.405*** | 0.188** | 1.207** |
| **Actividad económica** | | | | |
| Parado | 0.611** | 1.843** | 0.952*** | 2.592*** |
| Estudiante | 0.663*** | 1.940*** | 0.162 | 1.176 |
| Jubilado | -0.331** | 0.717** | 0.521*** | 1.684*** |
| Labores del hogar | -0.198 | 0.819 | 0.317** | 1.373** |
| Otra | 0.071 | 1.074 | -1.019** | 0.360** |
| **Actividades turísticas** | | | | |
| Compras | 0.405*** | 1.499*** | 0.383*** | 1.467*** |
| Disfrutes de la playa | -1.135*** | 0.321*** | 3.703*** | 40.57*** |
| Realización de deportes | -2.266*** | 0.103*** | -0.264** | 0.767** |
| Observación naturaleza | -0.929*** | 0.394*** | -0.292*** | 0.746*** |
| Asistencia a eventos | -0.100 | 0.904 | 0.331*** | 1.393 |
| Actividades culturales | 0.631*** | 1.878*** | -1.730*** | 0.177*** |
| Asistencia a congresos | 2.344*** | 10.428*** | 0.806** | 2.238** |
| **Trimestre** | | | | |
| 1er Trimestre | -0.468*** | 1.325*** | 0.247*** | 3.119*** |
| 3º Trimestre | -0.750*** | 2.117*** | -0.889*** | 2.434*** |
| 4º Trimestre | -0.856*** | 0.8999 | 0.016 | 2.473*** |

Notas:
(a) El turista de referencia es mujer, español, con una edad comprendida entre 30 y 44 años, es español, trabaja, no hace actividades turísticas y realiza su estancia en el tercer trimestre.
(b) (***) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,
(**) al 5 por ciento,
(*) al 1 por ciento.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

Con respecto a los resultados obtenidos, cabe señalar, en primer lugar que el sexo no es una variable determinante en la elección del destino turístico durante el año 2009, ya que los coeficientes[6] asociados a la variable género no son estadísticamente significativos.

Por grupos de edad, los *odds* ratios[7] nos revelan que los turistas con edades comprendidas entre 18 y 29 años tienen una probabilidad relativa de visitar capitales interiores andaluzas superior a la del resto. En particular, dicha probabilidad es 2,16 veces superior a la de los turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años[8]. En relación a los municipios y capitales costeras, los *odds* ratios de todas las variables de edad introducidas son superiores a 1, lo que refleja que el riesgo relativo de elegir dicho destino frente a los municipios interiores de los turistas con edades entre 30 y 44 años es inferior al del resto de visitantes.

Las variables explicativas que identifican la nacionalidad del turista manifiestan, por un lado, que los extranjeros tienen una probabilidad relativa de visitar capitales de interior que es superior a la correspondiente para los turistas españoles[9]. Así, por ejemplo, para los turistas que componen el grupo de visitantes procedentes del resto del mundo, el cociente de probabilidades entre las alternativas capitales de interior y municipios de interior es 2,4 veces superior al cociente correspondiente para los turistas nacionales. Por otro lado, los turistas procedentes del Reino Unido tienen una probabilidad relativa de seleccionar un localidad costera frente a una interior que es 1,25 veces superior a la correspondiente a los españoles.

6 El coeficiente $\beta$ es un vector de parámetros desconocidos que recoge la influencia de cada variable explicativa.

7 El odd ratio se obtiene elevando el coeficiente $\beta$ al número e. Nos indica cuantas veces es superior la probabilidad relativa de elegir un destino dado respecto a la probabilidad de elegir un municipio de interior para cada variable y con referencia a un segmento dado de la misma.

8 Para la variable edad, el turista de referencia es un individuo con edad comprendida entre 30 y 44 años. por lo tanto, las probabilidades relativas de los distintos segmentos de edades se comparan con esta referencia. Ver nota (a) del Cuadro 8.4.

9 En la variable nacionalidad, el turista de referencia es un individuo de nacionalidad española. Ver nota (a) del Cuadro 8.4.

Si se segmenta a los turistas según su actividad económica, se destaca que las probabilidades relativas de visitar municipios interiores con respecto a capitales interiores o a municipios y capitales costeras es superior para los turistas que están trabajando[10], en términos generales.

Los coeficientes asociados a las variables ficticias que recogen las actividades turísticas son en su mayoría estadísticamente significativos. Los resultados más relevantes nos muestran, en primer lugar, que los turistas que realizan actividades[11] de compra tienen una probabilidad de visitar municipios y capitales costeras o capitales de interior relativa a la probabilidad de alojarse en municipios de interior que es superior en 1,5 veces a los que no efectúan dicha actividad. En segundo lugar, los turistas que practican deportes tienen una probabilidad de visitar municipios de interior en relación con la de ir a capitales de interior que es superior en 9,7 veces a los turistas que no los practican. En tercer lugar, los turistas cuya actividad es la observación de la naturaleza muestran una probabilidad relativa de visitar municipios de interior superior a la del resto de individuos. Por último, cabe señalar que si el visitante asiste a congresos, su probabilidad relativa de alojarse en capitales de interior es muy superior a la correspondiente para el resto de casos.

Para finalizar con los análisis de los resultados y con objeto de lograr uno de los principales fines de este trabajo, se realiza a continuación una aproximación a los perfiles de los turistas que visitan Andalucía según destino. Para ello se selecciona los individuos con una alta probabilidad estimada, resultante del modelo, de elegir un determinado destino turístico. Concretamente se selecciona aquellos turistas cuya probabilidad de elegir una alternativa supere 0,5 (hay que tener en cuenta que dicha probabilidad se puede situar entre 0 y 1). Además, se selecciona a los tres grupos de visitantes con mayor peso dentro del total, es decir, españoles, alemanes y británicos.

10 En la actividad económica la referencia es un individuo que trabaja.
11 En las actividades turísticas, la referencia es un individuo que no hace actividades turísticas.

**Cuadro 8.5**

**Perfiles turísticos de los españoles.**

*Individuos con una probabilidad superior a 0.5 para cada alternativa. Porcentaje*

| Variables | Municipios de interior | Capitales de interior | Municipios y capitales costeras |
|---|---|---|---|
| **Sexo** | | | |
| Varón | 63,95 | 54,66 | 60,07 |
| Mujer | 36,05 | 45,34 | 39,93 |
| **Edad** | | | |
| Entre 18-29 | 1,26 | 32,09 | 10,31 |
| Entre 30-44 | 52,69 | 41,89 | 33,78 |
| Entre 45-64 | 37,43 | 25,14 | 35,56 |
| 65 o más | 8,62 | 0,88 | 20,35 |
| **Actividad económica** | | | |
| Trabajando | 87,2 | 85,39 | 69,02 |
| Parado | 0 | 2,3 | 2,63 |
| Estudiante | 0 | 10,01 | 2,16 |
| Jubilado | 9,89 | 1,28 | 26,49 |
| Labores del hogar | 2,53 | 0,79 | 4,27 |
| Otra | 0,38 | 0,23 | 0,22 |
| **Actividades turísticas** | | | |
| Compras | 1,52 | 8,4 | 13,1 |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 0 | 0,26 | 82,59 |
| Observación de la naturaleza | 93,14 | 24,34 | 18,56 |
| Actividades deportivas | 10,27 | 0 | 11,44 |
| Asistencia a eventos | 0,63 | 1,48 | 0,58 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...) | 84,13 | 87,84 | 10,26 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 0,13 | 3,82 | 0 |
| **Trimestre** | | | |
| 1er Trimestre | 5,07 | 16,83 | 24,75 |
| 2º Trimestre | 3,29 | 34,2 | 23,51 |
| 3er Trimestre | 56,49 | 23,44 | 30,85 |
| 4º Trimestre | 35,15 | 25,53 | 20,89 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

**Cuadro 8.6**

**Perfiles turísticos de los alemanes.**

*Individuos con una probabilidad superior a 0.5 para cada alternativa. Porcentaje*

| Variables | Municipios de interior | Capitales de interior | Municipios y capitales costeras |
|---|---|---|---|
| **Sexo** | | | |
| Varón | 62,5 | 47,11 | 60,01 |
| Mujer | 37,5 | 37,5 | 39,99 |
| **Edad** | | | |
| Entre 18-29 | 0 | 47,11 | 11,51 |
| Entre 30-44 | 37,5 | 65,39 | 39,93 |
| Entre 45-64 | 56,25 | 25 | 38,19 |
| 65 o más | 6,25 | 9,61 | 21,88 |
| **Actividad económica** | | | |
| Trabajando | 87,5 | 61,51 | 62,21 |
| Parado | 0 | 2,88 | 0,95 |
| Estudiante | 0 | 31,73 | 4,79 |
| Jubilado | 6,25 | 2,88 | 30,13 |
| Labores del hogar | 6,25 | 0 | 1,91 |
| Otra | 0 | 1 | 0,01 |
| **Actividades turísticas** | | | |
| Compras | 6,25 | 19,23 | 9,98 |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 0 | 0 | 82,14 |
| Observación de la naturaleza | 93,75 | 16,34 | 18,61 |
| Actividades deportivas | 12,5 | 0 | 22,45 |
| Asistencia a eventos | 0 | 1,92 | 0,01 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...) | 93,75 | 77,88 | 13,05 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 0 | 3,84 | 0 |
| **Trimestre** | | | |
| 1er Trimestre | 12,5 | 38,46 | 34,54 |
| 2º Trimestre | 0 | 29,8 | 26,87 |
| 3er Trimestre | 25 | 18,28 | 17,87 |
| 4º Trimestre | 62,5 | 13,46 | 20,72 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

**Cuadro 8.7**

**Perfiles turísticos de los británicos.**

*Individuos con una probabilidad superior a 0.5 para cada alternativa. Porcentaje*

| Variables | Municipios de interior | Capitales de interior | Municipios y capitales costeras |
|---|---|---|---|
| **Sexo** | | | |
| Varón | 60 | 62,87 | 53,4 |
| Mujer | 40 | 37,13 | 46,6 |
| **Edad** | | | |
| Entre 18-29 | 0 | 23,95 | 7,32 |
| Entre 30-44 | 33,34 | 65,27 | 53,41 |
| Entre 45-64 | 66,66 | 34,73 | 46,59 |
| 65 o más | 0 | 3,59 | 24,52 |
| **Actividad económica** | | | |
| Trabajando | 86,67 | 83,85 | 59,1 |
| Parado | 0 | 0 | 0 |
| Estudiante | 0 | 10,17 | 1,65 |
| Jubilado | 13,33 | 4,79 | 36,38 |
| Labores del hogar | 0 | 1,19 | 2,87 |
| Otra | 0 | 0 | 0 |
| **Actividades Turísticas** | | | |
| Compras | 6,66 | 16,76 | 6,19 |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 0 | | 88,74 |
| Observación de la naturaleza | 80 | 17,36 | 11,34 |
| Actividades deportivas | 26,66 | 0 | 5,75 |
| Asistencia a eventos | 0 | | 0 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...) | 66,66 | 88,62 | 6,8 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 0 | 3,59 | 0 |
| **Trimestre** | | | |
| 1er Trimestre | 20 | 26,34 | 23,47 |
| 2º Trimestre | 0 | 29,99 | 24,86 |
| 3er Trimestre | 53,34 | 19,72 | 26,89 |
| 4º Trimestre | 26,66 | 23,95 | 24,78 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

***Modelo de duración de la estancia.***

En cuanto a los resultados relativos a la estimación del modelo binomial negativo truncado aplicado para explicar la duración de la estancia[12], se han calculado los efectos marginales, es decir, las variaciones en la variable dependiente (número de días de estancia en Andalucía) cuando se producen cambios en las variables explicativas. En el modelo propuesto, todas las variables explicativas incluidas son cualitativas, por lo que las distintas categorías asociadas a cada variable se han introducido mediante variables binarias. Por ello, cuando se obtienen los efectos marginales, lo que se hace es cuantificar las variaciones de la variable explicada cuando se observa una determinada modalidad dentro de cada variable explicativa, con respecto a la categoría de referencia[13].

Los resultados nos revelan, por un lado, la idoneidad del modelo especificado, ya que la gran mayoría de los efectos marginales son estadísticamente significativos. Por otro lado, un análisis más detallado de los mismos permite observar cómo afectan las características personales y socioeconómicas de los turistas, y el tipo de actividad que realizan, sobre la duración de su estancia en Andalucía. Así, en primer lugar, se observa que aunque la variable que identifica a los varones frente a las mujeres es estadísticamente significativa, el efecto marginal está muy cercano a cero, lo que conlleva que prácticamente no existan diferencias en la duración de la estancia entre hombres y mujeres. No ocurre lo mismo cuando se consideran las distintas modalidades generadas para la variable edad. Concretamente, como resultado destacado se constata que los individuos con una edad mayor o igual a 65 años tienen una duración superior en 2 días con respecto a los turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años[14]. Este resultado es el esperado en la medida que el colectivo con mayor edad es el que cuenta con más disponibilidad de tiempo para la realización de un mayor consumo de servicios y productos turísticos.

12 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.
13 Definida en la nota a) del Cuadro 8.8.
14 La referencia es un individuo con edad entre 30-44 años. Ver nota (a) del Cuadro 8.8.

**Cuadro 8.8**

**Modelo de duración de la estancia. Efectos marginales resultantes de la estimación del modelo truncado binomial negativo.**

| Variables | Coeficiente |
|---|---|
| **Sexo** | |
| Varón | -0.150* |
| **Edad** | |
| Entre 18-29 | -0.044 |
| Entre 45-64 | 0.812*** |
| 65 o más | 2.243*** |
| **Nacionalidad** | |
| Alemania | 6.658*** |
| Francia | 4.692*** |
| Reino Unido | 3.731*** |
| Resto del mundo | 5.096*** |
| **Actividad económica** | |
| Parado | 2.720*** |
| Estudiante | 0.540*** |
| Jubilado | 4.391*** |
| Labores del hogar | 2.385*** |
| Otra | 4.542*** |
| **Actividades turísticas** | |
| Compras | 0.348** |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 2.123** |
| Observación de la naturaleza | -0.254*** |
| Actividades deportivas | -0.470*** |
| Asistencia a eventos | 0.009 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,…) | -0.984*** |
| Asistencia a congresos y reuniones | -0.012 |
| **Forma de viajar** | |
| Pareja | -0.718*** |
| Acompañado de familiares | -0.365*** |
| Acompañado de amigos | -0.700*** |
| Otros | -0.283 |

*continúa...*

*...continuación*

| | |
|---|---|
| **Forma de organizar el viaje** | |
| Organizado por un club | 1.101*** |
| Adquisición de un paquete turístico | -0.035 |
| **Motivo principal del viaje** | |
| Asistencia a ferias, monográficos, congr. | -2.513*** |
| Vacaciones | -2.268*** |
| Eventos culturales | -2.844*** |
| Visitas a familiares y amigos | -2.030*** |
| Estudios | 8.613*** |
| Otros motivos | -2.423*** |
| **Tipo de alojamiento** | |
| Hotel | -3.664*** |
| Apartamentos o casas | 1.219** |
| **Trimestre** | |
| 1er trimestre | -2.464*** |
| 2º trimestre | -2.605*** |
| 4º trimestre | -2.290*** |

Notas:

(a) El individuo de referencia es mujer, con edad comprendidas entre 30 y 44 años, es español, trabaja, organiza el viaje particularmente, viaja sólo, el motivo de la estancia es vacacional, se aloja en hoteles y la visita la ha realizado en el 3er trimestre.

(b) (***) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,
(**) al 5 por ciento,
(*) al 10 por ciento.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

Con respecto a las variables ficticias que recogen la nacionalidad del turista cabe señalar, en primer lugar, que todas ellas son relevantes estadísticamente. En segundo lugar, todos los colectivos de extranjeros considerados presentan una mayor duración de la estancia con respecto a los españoles. En particular, son los turistas alemanes los que muestran una estancia de mayor duración, siendo casi superior en 7 días a la registrada por los turistas españoles[15].

15 La referencia es un turista de nacionalidad española.

En relación a las variables que muestran el tipo de actividad económica que desempeña el individuo, se observa que el colectivo con mayor disponibilidad de tiempo, es decir los jubilados, son los que presentan una mayor duración de su estancia respecto a los turistas que tienen trabajo.

En lo relativo al tipo de actividad turística que realizan los individuos, el disfrute de la playa es la que implica una mayor duración, con una estancia media ligeramente superior a 2 días con respecto a la correspondiente a aquellos que no realizan esta actividad.

La influencia del tipo de alojamiento sobre la duración de la estancia muestra que los individuos que realizan su estancia en hoteles o establecimientos similares tienen una duración de la estancia inferior a casi 4 días a la correspondiente para los que se alojan en apartamentos o casas. Para finalizar con los comentarios asociados a la estimación del modelo especificado para la variable duración de la estancia, cabe destacar que las visitas a Andalucía realizadas en trimestres diferentes al tercero son las que tienen una duración más corta, concretamente, inferior a 2 días respecto a los que eligen el tercer trimestre para realizar la estancia. Este resultado es el esperado en la medida que las restricciones temporales en el tercer trimestre son menores, en especial para aquellos visitantes cuyo motivo es vacacional, ya que es en este trimestre donde se concentran principalmente los periodos vacacionales.

***Modelo de elección de alojamiento.***

En cuanto a la estimación del modelo *logit multinomial* para la elección de alojamiento, los tests estadísticos nos muestran la idoneidad del mismo, ya que la mayoría de los coeficientes son estadísticamente significativos.

Con respecto a los comentarios asociados a los *odds* ratios, y teniendo en cuenta que la categoría de referencia es alojarse en un establecimiento distinto a hoteles o apartamentos/casas se constata, en primer lugar, que los encuestados con 65 años o más tienen una mayor probabilidad relativa de hospedarse en apartamentos o casas. Concretamente, para dichos individuos,

esa probabilidad es superior en 3 veces a la correspondiente para los individuos con edades entre 30 y 44 años. Por el contrario, son los individuos con edades comprendidas entre 18 y 29 años, los que tienen menos probabilidades relativas de alojarse en establecimientos hoteleros o en apartamentos/casas. En segundo lugar, los resultados correspondientes a las variables binarias que recogen la nacionalidad de los individuos son bastantes informativos. Así, por un lado, todos los colectivos de extranjeros (a excepción del procedente de Francia) tienen una probabilidad relativa de elegir hoteles o apartamentos/casas que es inferior a la correspondiente para los españoles. Para los hoteles, las mayores diferencias corresponden a los turistas británicos, donde con un *odd* ratio de 0,40 tienen un probabilidad relativa que es 2,5 veces inferior a la de los españoles; mientras, que para los apartamentos o casas, las mayores divergencias corresponden a los visitantes alemanes, que muestran una probabilidad relativa de alojarse en apartamentos que es 1,6 veces inferior a la de los españoles.

En lo relativo a las características socioeconómicas de los visitantes, los resultados más relevantes son que los turistas parados o jubilados son los que tienen menos opciones de pernoctar en hoteles, siendo su probabilidad relativa en torno a 2 veces inferior a la de los turistas que trabajan.

En relación al tipo de actividad turística realizada durante la estancia y su influencia sobre el tipo de alojamiento cabe resaltar que las personas que realizan actividades deportivas o se dedican a la observación de la naturaleza son los que muestran mayor probabilidad de alojarse en campings u otros alojamientos distintos a hoteles o apartamentos/casas.

Por último, respecto al periodo temporal en el cual se realiza la visita también se observan algunos resultados significativos. En particular, los encuestados cuya visita se realiza en el cuarto trimestre presentan una inferior probabilidad relativa de alojarse en apartamentos/casas u hoteles.

Considerando los visitantes que tienen una probabilidad estimada superior a 0,5 de elegir un determinado tipo de alojamiento y una vez seleccionados dichos individuos se procede al análisis de la distribución de los mismos en

**Cuadro 8.9**

**Estimación del modelo logit multinomial para la elección de alojamiento.**

| Variables | Hotel | | Apartamentos o casas | |
|---|---|---|---|---|
| | Coeficiente | Odd ratio | Coeficiente | Odd ratio |
| **Sexo** | | | | |
| Varón | 0,131 | 1.140 | 0.046 | 1.047 |
| **Edad** | | | | |
| Entre 18-29 | -0.692*** | 0.500*** | -0.514** | 0.597** |
| Entre 45-64 | -0.018 | 0.981 | 0.214 | 1.239 |
| 65 o más | 0.773** | 2.166** | 1.097** | 2.997** |
| **Nacionalidad** | | | | |
| Alemania | -0.453* | 0.635* | -0.477* | 0.620* |
| Francia | 0.056 | 1.058 | 0.118 | 1.125 |
| Reino Unido | -0.907*** | 0.403*** | -0.334* | 0.715* |
| Resto del mundo | -0.672*** | 0.510*** | -0.393** | 0.674** |
| **Actividad económica** | | | | |
| Parado | -0.877** | 0.415** | -0.255 | 0.774 |
| Estudiante | -0.358 | 0.698 | 0.174 | 1.191 |
| Jubilado | -0.621** | 0.537** | -0.104 | 0.900 |
| Labores del hogar | -0.193 | 0.824 | 0.079 | 1.082 |
| Otra | -1.425* | 0.240* | -1.357* | 0.257* |
| **Actividades turísticas** | | | | |
| Compras | 0.426** | 1.532** | 0.495** | 1.641** |
| Actividades de disfrute y uso de playas | -0.972*** | 0.378*** | -0.081 | 0.921 |
| Observación de la naturaleza | -0.438** | 0.645** | -0.447** | 0.639** |
| Actividades deportivas | -0.946*** | 0.388*** | -0.294* | 0.744* |
| Asistencia a eventos | 0.692 | 1.999 | 0.673 | 1.960 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...) | 0.136 | 1.146 | -1.191*** | 0.303*** |
| Asistencia a congresos y reuniones | -0.375 | 0.687 | -0.218 | 0.803 |

*continúa...*

*...continuación*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Forma de viajar** | | | | |
| Pareja | 0.090 | 1.095 | -0.641** | 0.526** |
| Acompañado de familiares | -0.469** | 0.625** | -0.284 | 0.752 |
| Acompañado de amigos | -0.690** | 0.501** | -1.065*** | 0.344*** |
| **Forma de organizar el viaje** | | | | |
| Organizado por un club | 0.725** | 2.065** | -2.106*** | 0.121*** |
| Adquisición de un paquete turístico | 0.897*** | 2.453** | -1.461*** | 0.321*** |
| **Motivo principal del viaje** | | | | |
| Asistencia a ferias, monográficos,congresos | -0.502 | 0.605 | -0.968 | 0.379 |
| Vacaciones | 0.087 | 1.091 | 0.862* | 2.369* |
| Visitas a familiares y amigos | 2.59** | 13.348** | 4.330*** | 76.00*** |
| Estudios | -2.38*** | 0.091*** | -0.699 | 0.496 |
| Otros motivos | -0.856 | 0.424 | -0.116 | 0.890 |
| **Trimestre** | | | | |
| 1er trimestre | 0.169 | 1.184 | 0.118 | 1.125 |
| 2º trimestre | 0.130 | 1.139 | 0.050 | 1.051 |
| 4º trimestre | 0.629*** | 1.877*** | 0.477** | 1.612** |

Notas:

(a) El individuo de referencia es mujer, con edad comprendidas entre 30 y 44 años, es español, trabaja, organiza el viaje particularmente, viaja sólo, el motivo

(b) (***) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,
(**) al 5 por ciento,
(*) al 1 por ciento.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

función de las características recogidas por las variables explicativas, de esta manera, se realiza una aproximación a los perfiles turísticos que presentan una mayor probabilidad de elegir un determinado tipo de alojamiento. Este análisis nuevamente se realiza para las tres nacionalidades más representadas dentro del conjunto de turistas, es decir, españoles, alemanes y británicos. Además,

hay que tener en cuenta que dado el escaso número de observaciones con una alta probabilidad de elegir como alojamiento a "campings u otro tipo de alojamiento", el análisis sólo se realiza para las categorías de hoteles y apartamentos/casas.

**Cuadro 8.10**

**Perfiles turísticos de los españoles según tipo de alojamiento.**
*(Individuos con una probabilidad superior al 0.5 para cada alternativa. Porcentaje)*

| Variables | Hoteles | Apartamentos |
|---|---|---|
| **Sexo** | | |
| Varón | 59,83 | 50,42 |
| Mujer | 40,17 | 49,58 |
| **Edad** | | |
| Entre 18-29 | 14,01 | 20,7 |
| Entre 30-44 | 40,76 | 23,99 |
| Entre 45-64 | 32,07 | 38,4 |
| 65 o más | 13,16 | 16,91 |
| **Actividad económica** | | |
| Trabajando | 75,14 | 54,89 |
| Parado | 1,8 | 6,13 |
| Estudiante | 2,8 | 9,73 |
| Jubilado | 16,92 | 23,84 |
| Labores del hogar | 3,14 | 5,22 |
| Otra | 0,2 | 0,19 |
| **Actividades Turísticas** | | |
| Compras | 10.20 | 15.28 |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 40.52 | 87.39 |
| Observación de la naturaleza | 30.24 | 9.27 |
| Actividades deportivas | 5.43 | 20.90 |
| Asistencia a eventos | 0.95 | 0.32 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...) | 38.26 | 0.13 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 0.91 | 0.26 |

*continúa...*

*...continuación*

| | | |
|---|---|---|
| **Forma de viajar** | | |
| Solo | 15,77 | 30,06 |
| Pareja | 68,15 | 8,03 |
| Acompañado de familiares | 9,7 | 57,34 |
| Acompañado de amigos | 6,38 | 4,57 |
| **Forma de organizar el viaje** | | |
| Organizado por un particular | 77.97 | 100 |
| Organizado por un club | 11.05 | 0 |
| Adquisición de un paquete turístico | 10.98 | 0 |
| **Motivo principal del viaje** | | |
| Trabajo o negocios | 3,81 | 0,39 |
| Asistencia a ferias, monográficos, congresos | 0,81 | 0 |
| Vacaciones | 87,81 | 77,92 |
| Visitas a familiares y amigos | 6,28 | 20 |
| Estudios | 0,27 | 1,43 |
| Otros motivos | 1,02 | 0,26 |
| **Trimestre** | | |
| 1er Trimestre | 25,66 | 18,22 |
| 2º Trimestre | 25,5 | 20,24 |
| 3er Trimestre | 24,52 | 47,44 |
| 4º Trimestre | 24,32 | 14,1 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

**Cuadro 8.11**

**Perfiles turísticos de los alemanes según tipo de alojamiento.**
*(Individuos con una probabilidad superior al 0.5 para cada alternativa. Porcentaje)*

| Variables | Hoteles | Apartamentos |
|---|---|---|
| **Sexo** | | |
| Varón | 59,06 | 56,14 |
| Mujer | 40,94 | 43,86 |
| **Edad** | | |
| Entre 18-29 | 14,88 | 26,31 |
| Entre 30-44 | 31,33 | 14,05 |
| Entre 45-64 | 37,98 | 22,8 |
| 65 o más | 15,81 | 36,84 |
| **Actividad económica** | | |
| Trabajando | 66,22 | 40,36 |
| Parado | 1,24 | 0 |
| Estudiante | 7,44 | 17,54 |
| Jubilado | 22,94 | 42,1 |
| Labores del hogar | 1,7 | 0 |
| Otra | 0,46 | 0 |
| **Actividades turísticas** | | |
| Compras | 10.23 | 14.03 |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 55.03 | 92.98 |
| Observación de la naturaleza | 23.56 | 15.78 |
| Actividades deportivas | 14.88 | 35.08 |
| Asistencia a eventos | 0.46 | 0.32 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,…) | 28.52 | 0 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 0.62 | 0 |

*continúa...*

*...continuación*

| | | |
|---|---|---|
| **Forma de viajar** | | |
| Solo | 16,91 | 29,84 |
| Pareja | 65,27 | 21,05 |
| Acompañado de familiares | 9,45 | 38,59 |
| Acompañado de amigos | 8,37 | 10,52 |
| Forma de organizar el viaje | | |
| Organizado por un particular | 77,97 | 100 |
| Organizado por un club | 13,51 | 0 |
| Adquisición de un paquete turístico | 8,52 | 0 |
| **Motivo principal del viaje** | | |
| Trabajo o negocios | 4,05 | 0,02 |
| Asistencia a ferias, monográficos, congresos | 0,31 | 0 |
| Vacaciones | 92,71 | 82,45 |
| Visitas a familiares y amigos | 1,7 | 14,03 |
| Estudios | 0,77 | 3,5 |
| Otros motivos | 0,46 | 0 |
| **Trimestre** | | |
| 1er Trimestre | 36,89 | 29,82 |
| 2º Trimestre | 27,44 | 26,31 |
| 3er Trimestre | 15,36 | 21,07 |
| 4º Trimestre | 20,31 | 22,8 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

**Cuadro 8.12**

**Perfiles turísticos de los británicos según tipo de alojamiento.**
*(Individuos con una probabilidad superior al 0.5 para cada alternativa. Porcentaje)*

| Variables | Hoteles | Apartamentos |
|---|---|---|
| **Sexo** | | |
| Varón | 60,1 | 49,38 |
| Mujer | 39,9 | 50,62 |
| **Edad** | | |
| Entre 18-29 | 8,9 | 8,49 |
| Entre 30-44 | 27,37 | 21,25 |
| Entre 45-64 | 46,29 | 42,83 |
| 65 o más | 17,44 | 27,43 |
| **Actividad económica** | | |
| Trabajando | 74,57 | 45,86 |
| Parado | 0,25 | 1,59 |
| Estudiante | 0,22 | 3 |
| Jubilado | 22,96 | 45,84 |
| Labores del hogar | 2 | 3,71 |
| Otra | 0 | 0 |
| **Actividades turísticas** | | |
| Compras | 9.66 | 4.42 |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 56.08 | 93.98 |
| Observación de la naturaleza | 19.57 | 7 |
| Actividades deportivas | 4.26 | 6.19 |
| Asistencia a eventos | 0.46 | 0 |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,…) | 33.50 | 0 |
| Asistencia a congresos y reuniones | 0.75 | 0 |

*continúa...*

*...continuación*

| | | |
|---|---|---|
| **Forma de viajar** | | |
| Solo | 10,05 | 13,74 |
| Pareja | 72,77 | 35,57 |
| Acompañado de familiares | 10,66 | 40,17 |
| Acompañado de amigos | 6,52 | 10,52 |
| **Forma de organizar el viaje** | | |
| Organizado por un particular | 77.97 | 100 |
| Organizado por un club | 10.66 | 0 |
| Adquisición de un paquete turístico | 23.96 | 0 |
| **Motivo principal del viaje** | | |
| Trabajo o negocios | 2,53 | 0,19 |
| Asistencia a ferias, monográficos, congresos | 0,5 | 0 |
| Vacaciones | 93,97 | 91,15 |
| Visitas a familiares y amigos | 2,13 | 8,31 |
| Estudios | 0,12 | 0,35 |
| Otros motivos | 0,75 | 0 |
| **Trimestre** | | |
| 1er Trimestre | 25,59 | 24,42 |
| 2º Trimestre | 27,1 | 23,89 |
| 3er Trimestre | 22,1 | 26,92 |
| 4º Trimestre | 25,21 | 24,77 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

***Modelo explicativo del gasto.***

Los resultados asociados al modelo de regresión lineal especificado para explicar los determinantes del gasto per cápita realizado por los turistas en Andalucía reflejan, en primer lugar, que la gran mayoría de las variables explicativas introducidas en el modelo son estadísticamente significativas, lo que corrobora la idoneidad de la especificación realizada.

Con respecto a la variable sexo, se constata que los varones presentan un mayor gasto por término medio, siendo su gasto superior en 15,59 € al de las mujeres. Las variables ficticias que nos indican la edad del individuo nos señalan que los individuos más jóvenes, con menos de 30 años, registran un gasto inferior que los individuos de referencia, es decir, turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años.

En cuanto a las variables de nacionalidad se constata que la mayoría de los coeficientes son significativos, lo que revela patrones de gasto distintos entre el colectivo de turistas españoles y el resto de colectivos de turistas extranjeros (con la excepción de los turistas franceses). Las mayores diferencias entre turistas españoles y extranjeros se alcanza con los turistas alemanes y los ubicados en la categoría "resto del mundo", siendo el gasto medio de éstos superior a 200 € con respecto a los turistas nacionales.

En relación al tipo de actividad turística realizada durante su estancia en Andalucía, se verifica que las actividades de compra y el uso y disfrute de la playa son las que muestran un mayor gasto en términos medios (27,16 € y 57,33 € superior, respectivamente, respecto a los que no realizan dichas actividades).

En cuanto a la forma de viajar, se observa que las estancias con mayor coste son las realizadas por los turistas que viajan solos, ya que el resto de categorías registran un gasto estimado inferior.

En relación al tipo de alojamiento escogido se constata que los individuos que eligen hoteles u otro tipo de establecimientos hoteleros registran un gasto

superior a 96,50 € en relación a los que se alojan en campings u otro tipo de alojamiento distinto al apartamento/casa. Por último, se constata que el mero hecho de incrementar la estancia en un día genera un incremento del gasto de 14 € para todos los periodos considerados, acercándose a los 19 € si la estancia se realiza en el cuarto trimestre del año.

**Cuadro 8.13**

**Estimación de un modelo de regresión lineal para explicar el gasto per cápita.**

| Variables | Total | 1er Trimestre | 2º Trimestre | 3er Trimestre | 4º Trimestre |
|---|---|---|---|---|---|
| | Coeficiente | Coeficiente | Coeficiente | Coeficiente | Coeficiente |
| **Sexo** | | | | | |
| Varón | 15.59** | 2.77 | 15.17 | 35.55** | 11.91 |
| Edad | | | | | |
| Entre 18-29 | -41.03*** | -55.80*** | -22.65 | -70.85*** | -9.69 |
| Entre 45-64 | 35.24*** | 16.90 | 35.98** | 49.70** | 35.33** |
| 65 o más | 3.75 | -11.23 | 9.90 | 46.96 | -2.70 |
| **Nacionalidad** | | | | | |
| Alemania | 214.54*** | 251.84*** | 133.41*** | 191.65*** | 228.59** |
| Francia | 33.90 | 103.73** | 0.19 | 73.32 | -52.86 |
| Reino Unido | 170.89*** | 181.06*** | 181.33*** | 151.33*** | 111.56** |
| Resto del mundo | 229.16*** | 166.393*** | 240.74*** | 246.70*** | 202.97*** |
| **Actividad económica** | | | | | |
| Parado | -61.85** | 50.73 | -72.97** | -126.23** | -69.26** |
| Estudiante | -86.83*** | -82.50** | -86.60** | -80.75** | -86.43** |
| Jubilado | 17.38 | 18 | 26.53 | -30.35 | 13.19 |
| Labores del hogar | 15.86 | 14.56 | -2.57 | 77.85 | -19.80 |
| Otra | 118.80* | -40.75 | 26.36 | 13.98 | 624 |
| **Actividades turísticas** | | | | | |
| Compras | 27.16** | -25.35* | -18.67 | 50.18** | 119.65*** |
| Actividades de disfrute y uso de playas | 57.33*** | 73.09*** | 29.40** | 137.34*** | 14.37 |
| Observación de la naturaleza | -10.67 | 4.81 | -8,01 | -38.71** | -2.80 |
| Actividades deportivas | -57.78*** | -10.73 | -86.77*** | -76.79** | -60.05** |
| Asistencia a eventos | -30.67 | -14.55 | 41.64 | -82.03 | -78.96** |
| Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...) | 41.35 | 26.53** | 30.58** | 53.12*** | 56.92** |
| Asistencia a congresos y reuniones | 40.41 | 22.20 | 16.04 | 8.90 | - |

*continúa...*

*...continuación*

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Forma de viajar** | | | | | |
| Pareja | -97.70*** | -97.50*** | -109.49*** | -159.04*** | -48.43** |
| Acompañado de familiares | -136.51*** | -109.68*** | -128.37*** | -225.02*** | -78.20** |
| Acompañado de amigos | -28.91*** | 0.78 | 18.53 | -175.23*** | -6.70 |
| **Forma de organizar el viaje** | | | | | |
| Organizado por un club | -113.17*** | -112.03*** | -107.48*** | -86.82** | -147.47*** |
| Adquisición de un paquete turístico | -50.07*** | -80.15** | -65.77*** | -35.29** | -30.7 |
| **Motivo principal del viaje** | | | | | |
| Asistencia a ferias, monográficos,congresos | 74.48** | 58.52 | 17.68 | 234.69*** | 57.67 |
| Vacaciones | 88.78** | 89.66 | 19.39 | 219.54*** | 52.07 |
| Asistencia a eventos | 103.39*** | 115.95*** | 69.50 | 275.13*** | 18.81 |
| Visitas a familiares y amigos | 83.34** | 106.77*** | 38.87 | 190.27** | 30.70 |
| Estudios | 68.32 | 177.89 | 79.40 | 160.11* | -312.04 |
| Otros motivos | 91.08 | -13.81 | 88.54 | 167.40** | 366.79 |
| **Alojamiento** | | | | | |
| Hotel | 96.50*** | 334.21*** | 31.99 | 58.34* | -33.57 |
| Apartamento o casa | 74.64** | 298.78** | 1.73 | 56.22 | -59.78 |
| **Trimestre** | | | | | |
| 1er trimestre | .73.97*** | | | | |
| 2º trimestre | -67.61*** | | | | |
| 4º trimestre | -73.74*** | | | | |
| **Días de estancia** | **14.10*** ** | **16.53*** ** | **14.09** ** | **9.23*** ** | **18.78*** ** |

Notas:

(a) El individuo de referencia es mujer, con edad comprendidas entre 30 y 44 años, es español, trabaja, organiza el viaje particularmente, viaja sólo, el motivo de la estancia es vacacional y la visita la ha realizado en el 3er trimestre.

(b) (***) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,
(**) al 5 por ciento,
(*) al 1 por ciento.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

# Estacionalidad ciclo y tendencia

Capítulo 9

# 9. ESTACIONALIDAD, CICLO Y TENDENCIA.

## 9.1 Estacionalidad.

El componente estacional de la actividad turística en Andalucía se analiza mediante el estudio de la evolución de dos indicadores de demanda turística[1], como son el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y el número de turistas que visitan Andalucía, y un indicador de oferta en términos de ocupación de la industria turística, mediante el número de trabajadores afiliados en alta laboral de la Seguridad Social.

Respecto a la variable pernoctaciones hoteleras, se puede distinguir entre las pernoctaciones realizadas por los turistas españoles y los extranjeros. Así, con objeto de estudiar el comportamientos diferenciados entre ambos colectivos, además de analizar la estacionalidad para el total de pernoctaciones, se distingue según la nacionalidad del turista.

La estacionalidad es un fenómeno muy arraigado en la mayoría de los destinos turísticos y se refiere a la excesiva concentración de actividad turística en determinados meses del año o al nivel mínimo de actividad en otros meses del año. La resolución de este fenómeno no depende únicamente de las empresas turísticas o de la política turística, parte de la estacionalidad obedece a condiciones climatológicas, pautas y hábitos sociales y al propio calendario escolar, entre otras cuestiones.

Por lo tanto, la estacionalidad se traduce en una alta concentración de la demanda turística en ciertos meses del año generando problemas en la gestión de las empresas turísticas al combinar periodos o meses de sobreocupación (estacionalidad positiva) con meses de subocupación (estacionalidad negativa), para una oferta turística con ciertas dosis de rigidez.

1 Las fuentes estadísticas generadoras de ambas variables son la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) y la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

Los índices o factores estacionales miden la estacionalidad. Un valor del índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacionalidad; por ejemplo, un índice estacional con valor en el mes de agosto 1,62 en las pernoctaciones hoteleras, se interpreta que la estacionalidad positiva genera un incremento de las pernoctaciones hoteleras en el mes de agosto del 62 por ciento respecto a su valor medio anual. Cuando el valor del índice es inferir a 1, se habla de estacionalidad negativa, y cuanto menor sea más intensa es la estacionalidad; por ejemplo, un factor estacional de enero de 0,55 en las pernoctaciones hoteleras, indica que la estacionalidad ha ejercido un efecto negativo sobre las pernoctaciones hoteleras al caer en dicho mes un 45 por ciento (1-0,55) respecto a su valor medio anual.

La información relativa a los índices estacionales[2] correspondientes al total de alojamientos, a los turistas nacionales y a los turistas extranjeros contienen los resultados correspondientes a las Comunidades de Andalucía, Baleares, Canarias y Cataluña, y para el total nacional. Los resultados relativos al total de pernoctaciones reflejan que la estacionalidad para Andalucía, tanto en el año 2003 como en el 2009, ejerce una influencia positiva sobre las pernoctaciones durante los meses comprendidos entre abril y octubre. Para ambos años, la estacionalidad positiva más elevada se registra para los meses de julio, agosto y septiembre; mientras que, la estacionalidad negativa más alta se ubica en los meses de noviembre, diciembre y enero. Además, cabe señalar que en los meses de julio y agosto, la estacionalidad positiva en el 2009 se ha incrementado con respecto a la del 2003, registrando los índices estacionales aumentos del 8,1 por ciento y 5 por ciento para dichos periodos, respectivamente.

La comparación del componente estacional en Andalucía, con relación al observado en el resto de Comunidades Autónomas analizadas, muestra diferencias significativas para los dos años analizados. En primer lugar, Andalucía es la Comunidad con un mayor número de meses con estacionalidad

2 Obtenidos tras aplicar el método X12-ARIMA. Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

**Cuadro 9.1**

**Factores estacionales para el número total de pernoctaciones.**

| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | España |
|---|---|---|---|---|---|
| **Enero** | | | | | |
| Año 2003 | 0,56 | 0,15 | 0,99 | 0,37 | 0,54 |
| Año 2009 | 0,53 | 0,13 | 0,97 | 0,38 | 0,54 |
| **Febrero** | | | | | |
| Año 2003 | 0,67 | 0,25 | 0,95 | 0,44 | 0,61 |
| Año 2009 | 0,66 | 0,21 | 0,91 | 0,46 | 0,61 |
| **Marzo** | | | | | |
| Año 2003 | 0,87 | 0,41 | 1,04 | 0,6 | 0,76 |
| Año 2009 | 0,84 | 0,37 | 1,02 | 0,61 | 0,76 |
| **Abril** | | | | | |
| Año 2003 | 1,09 | 0,62 | 0,95 | 0,91 | 0,91 |
| Año 2009 | 1,07 | 0,62 | 0,96 | 0,91 | 0,93 |
| **Mayo** | | | | | |
| Año 2003 | 1,1 | 1,28 | 0,85 | 1,14 | 1,08 |
| Año 2009 | 1,08 | 1,29 | 0,82 | 1,15 | 1,08 |
| **Junio** | | | | | |
| Año 2003 | 1,14 | 1,71 | 0,87 | 1,37 | 1,24 |
| Año 2009 | 1,15 | 1,76 | 0,87 | 1,35 | 1,24 |
| **Julio** | | | | | |
| Año 2003 | 1,38 | 2,05 | 1,07 | 1,78 | 1,5 |
| Año 2009 | 1,46 | 2,18 | 1,15 | 1,78 | 1,53 |
| **Agosto** | | | | | |
| Año 2003 | 1,6 | 2,27 | 1,29 | 2,04 | 1,73 |
| Año 2009 | 1,66 | 2,27 | 1,28 | 1,97 | 1,7 |
| **Septiembre** | | | | | |
| Año 2003 | 1,29 | 1,83 | 1,02 | 1,44 | 1,36 |
| Año 2009 | 1,28 | 1,82 | 1 | 1,43 | 1,32 |
| **Octubre** | | | | | |
| Año 2003 | 1,03 | 1,12 | 1,03 | 0,97 | 1,04 |
| Año 2009 | 1,02 | 1,06 | 1 | 0,98 | 1,03 |
| **Noviembre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,63 | 0,16 | 0,98 | 0,46 | 0,62 |
| Año 2009 | 0,64 | 0,14 | 0,98 | 0,48 | 0,64 |
| **Diciembre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,59 | 0,11 | 0,91 | 0,42 | 0,55 |
| Año 2009 | 0,56 | 0,1 | 0,93 | 0,43 | 0,57 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.1**

**Factores estacionales del número total de pernoctaciones en Andalucía: 2003 vs 2009**

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

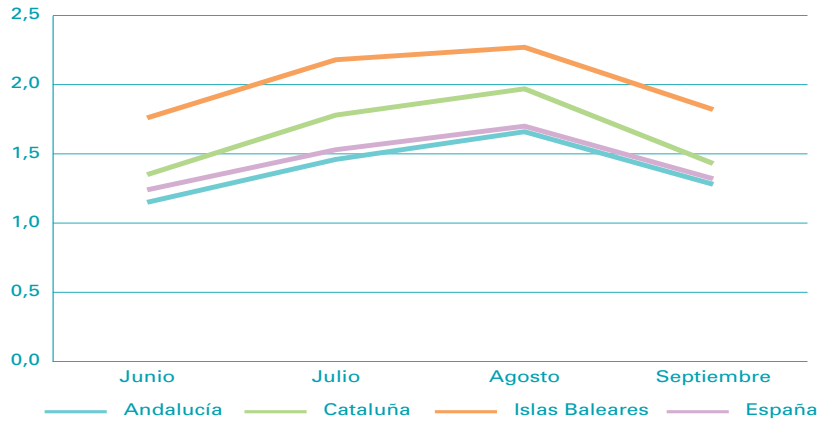
Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

alta. Así, por ejemplo, en Cataluña dicho periodo sólo abarca a los meses comprendidos entre mayo y septiembre (ambos incluidos); mientras que en Canarias, es sólo el mes de agosto donde se observa una influencia significativa y positiva de la temporada, tanto para el año 2003 como el 2009. Respecto a las Comunidades de Cataluña y Baleares se observa que la influencia de la estacionalidad tanto positiva como negativa se intensifica con respecto a Andalucía, especialmente en la Comunidad de Baleares. Así, por ejemplo, durante los meses de agosto y diciembre del 2009, los índices estacionales[3] en Baleares alcanzaron unos valores de 2,27 y 0,10, respectivamente, frente a las cifras de 1,66 y 0,56 registradas para Andalucía.

3 Los valores resultantes reflejan una influencia positiva de la estacionalidad sobre el crecimiento de la variable si está por encima de 1, negativa si es inferior a 1, y correspondiendo el valor 1 a la ausencia de estacionalidad

**Gráfico 9.2**

**Meses de alta estacionalidad. Factores estacionales 2009 (total pernoctaciones hoteleras)**



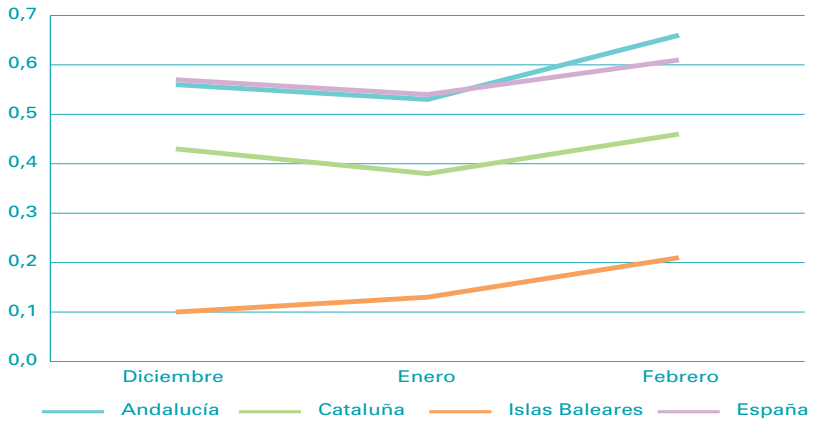

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Si el anterior análisis se realiza distinguiendo según la nacionalidad del turista (Cuadros 9.2 y 9.3; Gráficos 9.4 y 9.5) se observa en primer lugar que los periodos de estacionalidad positiva para los turistas españoles en Andalucía son el mes de abril y los meses comprendidos entre junio y septiembre; mientras que para, los turistas extranjeros abarca los meses entre abril y octubre. En segundo lugar, para los españoles, el mes de más alta estacionalidad sigue siendo agosto, donde dicho componente provoca que la variable registre un crecimiento del 93 por ciento con respecto a su valor medio anual en el 2009. Por el contrario, para los extranjeros, es septiembre el mes con más estacionalidad positiva, aunque el índice es bastante más bajo que el registrado en agosto para los españoles (1,38 frente a 1,93 para el año 2009). En relación a las diferencias más relevantes constatadas entre los años 2009 y 2003, se observa que se ha incrementado significativamente la

**Gráfico 9.3**

**Meses de baja estacionalidad. Factores estacionales 2009**
*(total pernoctaciones hoteleras)*




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

estacionalidad en el mes de julio entre ambos años, al registrarse en el 2009 un incremento del índice del 5 por ciento, tanto para los turistas españoles como para los extranjeros.

**Cuadro 9.2**

**Factores estacionales para el número de pernoctaciones de los nacionales.**

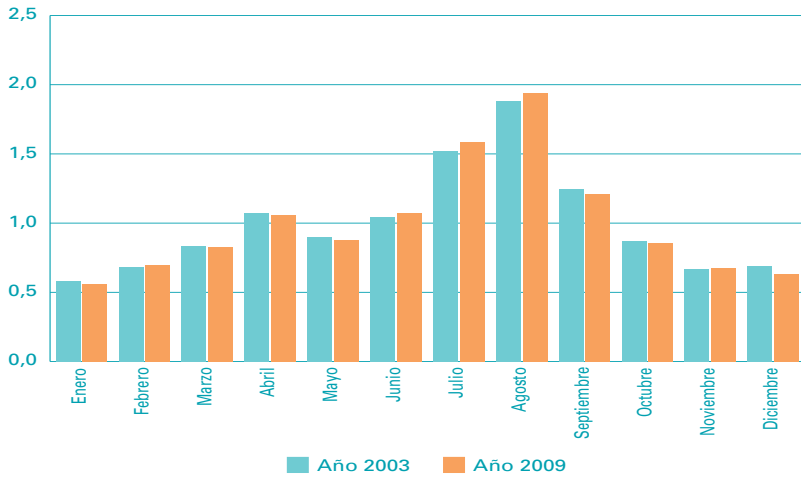
| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | España |
|---|---|---|---|---|---|
| **Enero** | | | | | |
| Año 2003 | 0,57 | 0,39 | 0,6 | 0,58 | 0,59 |
| Año 2009 | 0,55 | 0,28 | 0,58 | 0,54 | 0,57 |
| **Febrero** | | | | | |
| Año 2003 | 0,68 | 0,6 | 0,62 | 0,63 | 0,61 |
| Año 2009 | 0,69 | 0,55 | 0,59 | 0,63 | 0,68 |
| **Marzo** | | | | | |
| Año 2003 | 0,83 | 0,88 | 0,67 | 0,77 | 0,83 |
| Año 2009 | 0,83 | 0,87 | 0,66 | 0,78 | 0,83 |
| **Abril** | | | | | |
| Año 2003 | 1,07 | 1,18 | 0,89 | 1,09 | 1,04 |
| Año 2009 | 1,05 | 1,19 | 0,92 | 1,17 | 1,06 |
| **Mayo** | | | | | |
| Año 2003 | 0,9 | 0,79 | 0,81 | 0,93 | 0,92 |
| Año 2009 | 0,87 | 0,85 | 0,82 | 0,98 | 0,95 |
| **Junio** | | | | | |
| Año 2003 | 1,04 | 1,17 | 0,92 | 1,16 | 1,06 |
| Año 2009 | 1,07 | 1,41 | 1,05 | 1,14 | 1,09 |
| **Julio** | | | | | |
| Año 2003 | 1,51 | 1,66 | 1,48 | 1,47 | 1,41 |
| Año 2009 | 1,58 | 1,83 | 1,61 | 1,46 | 1,44 |
| **Agosto** | | | | | |
| Año 2004 | 1,8 | 2,44 | 2,17 | 2,08 | 1,85 |
| Año 2009 | 1,93 | 2,41 | 2,18 | 1,94 | 1,81 |
| **Septiembre** | | | | | |
| Año 2004 | 1,24 | 1,25 | 1,42 | 1,2 | 1,23 |
| Año 2009 | 1,21 | 1,25 | 1,3 | 1,19 | 1,19 |
| **Octubre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,86 | 0,73 | 0,99 | 0,82 | 0,94 |
| Año 2009 | 0,85 | 0,65 | 0,89 | 0,87 | 0,94 |
| **Noviembre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,66 | 0,5 | 0,7 | 0,58 | 0,71 |
| Año 2009 | 0,67 | 0,38 | 0,7 | 0,6 | 0,72 |
| **Diciembre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,69 | 0,36 | 0,67 | 0,64 | 0,68 |
| Año 2009 | 0,63 | 0,26 | 0,67 | 0,6 | 0,68 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.4**

**Factores estacionales del número total de pernoctaciones de nacionales en Andalucía: 2003 vs 2009**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Por otro lado, se analiza la evolución de la estacionalidad entre los años 2003 y 2009 a partir del número de turistas que visitan Andalucía[4]. Los resultados (Gráfico 9.6) corroboran, en términos generales, el comportamiento estacional obtenido a partir de la variable pernoctaciones. En particular, se constata que la variable número de turistas que visitan Andalucía muestran una estacionalidad positiva durante el II y el III trimestre para los dos años considerados, observándose el mayor efecto estacional positivo en el III trimestre. Así, en el año 2009 el índice alcanza un valor del 1,46 (superior en un 3,5 por ciento al observado en el 2003), lo que implica que en dicho trimestre, la estacionalidad genera un incremento del 46 por ciento respecto a su valor medio anual. En cuanto a la estacionalidad negativa, ésta se detecta en el I y

4 Según Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA).

**Cuadro 9.3**

**Factores estacionales para el número de pernoctaciones de los extranjeros.**

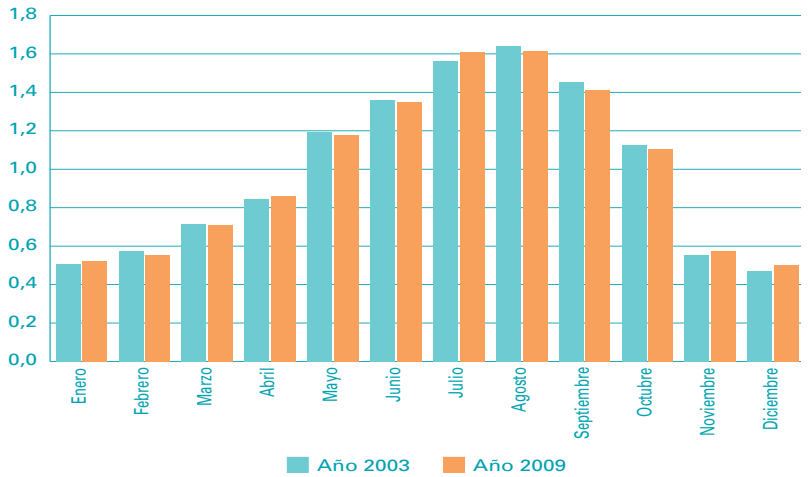
| | Andalucía | Islas Baleares | Islas Canarias | Cataluña | España |
|---|---|---|---|---|---|
| **Enero** | | | | | |
| Año 2003 | 0,52 | 0,11 | 1,09 | 0,25 | 0,5 |
| Año 2009 | 0,52 | 0,1 | 1,08 | 0,39 | 0,52 |
| **Febrero** | | | | | |
| Año 2003 | 0,66 | 0,2 | 1,03 | 0,33 | 0,57 |
| Año 2009 | 0,61 | 0,16 | 1 | 0,37 | 0,55 |
| **Marzo** | | | | | |
| Año 2003 | 0,92 | 0,35 | 1,13 | 0,49 | 0,71 |
| Año 2009 | 0,87 | 0,3 | 1,1 | 0,48 | 0,71 |
| **Abril** | | | | | |
| Año 2003 | 1,1 | 0,54 | 0,97 | 0,84 | 0,84 |
| Año 2009 | 1,07 | 0,55 | 0,98 | 0,86 | 0,86 |
| **Mayo** | | | | | |
| Año 2003 | 1,32 | 1,34 | 0,85 | 1,26 | 1,19 |
| Año 2009 | 1,3 | 1,35 | 0,83 | 1,21 | 1,17 |
| **Junio** | | | | | |
| Año 2003 | 1,26 | 1,78 | 0,86 | 1,48 | 1,35 |
| Año 2009 | 1,3 | 1,81 | 0,88 | 1,45 | 1,35 |
| **Julio** | | | | | |
| Año 2003 | 1,29 | 2,1 | 0,97 | 1,94 | 1,56 |
| Año 2009 | 1,28 | 2,23 | 1,03 | 1,95 | 1,61 |
| **Agosto** | | | | | |
| Año 2003 | 1,29 | 2,24 | 1,06 | 2,02 | 1,64 |
| Año 2009 | 1,29 | 2,25 | 1,04 | 2 | 1,61 |
| **Septiembre** | | | | | |
| Año 2003 | 1,34 | 1,92 | 0,92 | 1,58 | 1,45 |
| Año 2009 | 1,38 | 1,9 | 0,91 | 1,55 | 1,41 |
| **Octubre** | | | | | |
| Año 2003 | 1,21 | 1,17 | 1,04 | 1,05 | 1,12 |
| Año 2009 | 1,24 | 1,11 | 1,02 | 1,05 | 1,1 |
| **Noviembre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,61 | 0,12 | 1,05 | 0,39 | 0,55 |
| Año 2009 | 0,6 | 0,11 | 1,06 | 0,41 | 0,57 |
| **Diciembre** | | | | | |
| Año 2003 | 0,48 | 0,08 | 0,97 | 0,3 | 0,47 |
| Año 2009 | 0,48 | 0,07 | 1 | 0,32 | 0,5 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.5**

**Factores estacionales del número total de pernoctaciones de extranjeros en Andalucía: 2003 vs 2009**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

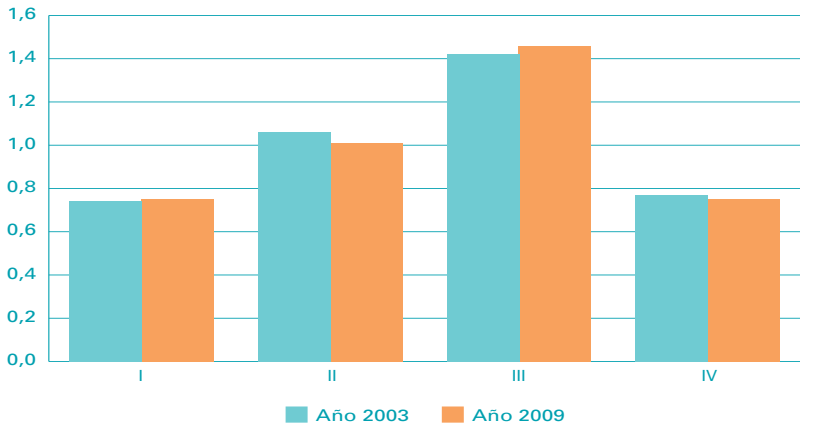
Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

IV trimestre con una intensidad similar para el año 2009, alcanzando el índice estacional un valor de 0,75 lo que significa que el efecto estacional provoca una caída de la variable de un 25 por ciento respecto a su valor medio anual.

La Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) ofrece también la evolución del número de pernoctaciones a nivel provincial, lo cual es una información estadística relevante para detallar territorialmente el comportamiento estacional de la variable pernoctaciones hoteleras. A partir de esta información se ha procedido a la obtención de los índices estacionales para el número de pernoctaciones para cada provincia andaluza tanto para el total de pernoctaciones como distinguiendo entre turistas españoles y extranjeros.

**Gráfico 9.6**

**Factores estacionales para el número total de turistas en Andalucía**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Para comparar el comportamiento estacional por provincias para el total de pernoctaciones hoteleras en el 2009, se seleccionan los meses de alta estacionalidad (junio, julio, agosto y septiembre) y los meses de estacionalidad negativa (diciembre, enero y febrero). Además, se agrupan las provincias según su condición de interior o de litoral. Los resultados, obtenidos a partir de los datos del Cuadro 9.4, se representan en los Gráficos 9.7 y 9.8 para las provincias con litoral.

**Cuadro 9.4**

**Factores estacionales para el número total de pernoctaciones por provincias.**

| | Almería | Cádiz | Cordoba | Granada | Jaén | Huelva | Málaga | Sevilla |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Enero** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,55 | 0,33 | 0,59 | 0,80 | 0,59 | 0,37 | 0,55 | 0,65 |
| Año 2009 | 0,57 | 0,31 | 0,62 | 0,76 | 0,57 | 0,31 | 0,54 | 0,67 |
| **Febrero** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,69 | 0,51 | 0,76 | 0,92 | 0,74 | 0,51 | 0,65 | 0,80 |
| Año 2009 | 0,68 | 0,52 | 0,75 | 0,91 | 0,74 | 0,47 | 0,62 | 0,81 |
| **Marzo** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,79 | 0,73 | 1,04 | 1,07 | 0,96 | 0,74 | 0,86 | 1,08 |
| Año 2009 | 0,79 | 0,72 | 1,02 | 1,06 | 0,96 | 0,67 | 0,82 | 1,09 |
| **Abril** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,93 | 1,03 | 1,33 | 1,24 | 1,25 | 1,00 | 1,04 | 1,29 |
| Año 2009 | 0,92 | 1,01 | 1,31 | 1,16 | 1,23 | 1,03 | 1,02 | 1,30 |
| **Mayo** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,95 | 1,13 | 1,30 | 1,02 | 1,08 | 0,98 | 1,12 | 1,28 |
| Año 2009 | 0,95 | 1,10 | 1,31 | 1,03 | 1,09 | 0,93 | 1,10 | 1,23 |
| **Junio** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,18 | 1,21 | 0,97 | 0,92 | 0,98 | 1,25 | 1,22 | 0,98 |
| Año 2009 | 1,14 | 1,22 | 1,00 | 0,98 | 0,98 | 1,32 | 1,23 | 0,94 |
| **Julio** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,67 | 1,68 | 0,88 | 0,97 | 1,00 | 1,73 | 1,42 | 0,82 |
| Año 2009 | 1,68 | 1,75 | 0,87 | 1,04 | 1,00 | 1,93 | 1,48 | 0,84 |
| **Agosto** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,92 | 1,97 | 1,09 | 1,27 | 1,32 | 2,02 | 1,60 | 0,96 |
| Año 2009 | 2,03 | 1,98 | 1,07 | 1,24 | 1,34 | 2,17 | 1,66 | 0,92 |
| **Septiembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,34 | 1,42 | 1,13 | 1,10 | 1,14 | 1,57 | 1,29 | 1,13 |
| Año 2009 | 1,29 | 1,47 | 1,13 | 1,11 | 1,10 | 1,50 | 1,27 | 1,17 |
| **Octubre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,84 | 1,01 | 1,15 | 1,05 | 1,18 | 0,88 | 1,05 | 1,20 |
| Año 2009 | 0,80 | 1,01 | 1,16 | 1,04 | 1,19 | 0,87 | 1,04 | 1,19 |
| **Noviembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,58 | 0,48 | 0,86 | 0,71 | 0,89 | 0,55 | 0,62 | 0,91 |
| Año 2009 | 0,62 | 0,46 | 0,88 | 0,76 | 0,91 | 0,46 | 0,61 | 0,91 |
| **Diciembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,49 | 0,42 | 0,,84 | 0,88 | 0,82 | 0,36 | 0,54 | 0,83 |
| Año 2009 | 0,45 | 0,37 | 0,83 | 0,84 | 0,85 | 0,29 | 0,55 | 0,83 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 9.5**

**Factores estacionales para el número de pernoctaciones de nacionales por provincias.**

| | Almería | Cádiz | Cordoba | Granada | Jaén | Huelva | Málaga | Sevilla |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Enero** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,53 | 0,38 | 0,67 | 0,92 | 0,62 | 0,43 | 0,50 | 0,74 |
| Año 2009 | 0,58 | 0,36 | 0,70 | 0,87 | 0,58 | 0,34 | 0,51 | 0,73 |
| **Febrero** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,64 | 0,57 | 0,84 | 0,99 | 0,77 | 0,55 | 0,60 | 0,90 |
| Año 2009 | 0,63 | 0,55 | 0,82 | 0,98 | 0,75 | 0,50 | 0,64 | 0,94 |
| **Marzo** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,73 | 0,68 | 104,00 | 1,05 | 0,95 | 0,69 | 0,78 | 1,11 |
| Año 2009 | 0,75 | 0,68 | 1,03 | 1,04 | 0,94 | 0,67 | 0,76 | 1,13 |
| **Abril** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,02 | 0,94 | 1,20 | 1,14 | 1,22 | 0,98 | 1,06 | 1,24 |
| Año 2009 | 1,01 | 0,93 | 1,24 | 1,07 | 1,24 | 0,97 | 1,07 | 1,29 |
| **Mayo** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,78 | 0,87 | 1,17 | 0,82 | 1,00 | 0,86 | 0,87 | 1,14 |
| Año 2009 | 0,75 | 0,91 | 1,22 | 0,83 | 1,04 | 0,81 | 0,83 | 1,12 |
| **Junio** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,07 | 1,07 | 0,96 | 0,87 | 0,98 | 1,12 | 1,11 | 0,94 |
| Año 2009 | 1,07 | 1,13 | 0,97 | 0,95 | 0,96 | 1,18 | 1,11 | 0,96 |
| **Julio** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,83 | 1,92 | 0,88 | 1,02 | 0,98 | 1,86 | 1,67 | 0,76 |
| Año 2009 | 1,82 | 1,97 | 0,83 | 1,10 | 0,98 | 2,12 | 1,67 | 0,77 |
| **Agosto** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 2,22 | 2,40 | 1,08 | 1,42 | 1,37 | 2,20 | 2,08 | 0,89 |
| Año 2009 | 2,25 | 2,39 | 1,03 | 1,33 | 1,37 | 2,41 | 2,15 | 0,82 |
| **Septiembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,33 | 1,31 | 1,08 | 1,04 | 1,12 | 1,58 | 1,24 | 1,05 |
| Año 2009 | 1,27 | 13,35 | 1,07 | 1,05 | 1,07 | 1,46 | 1,15 | 1,07 |
| **Octubre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,68 | 0,76 | 1,10 | 0,91 | 1,18 | 0,73 | 0,84 | 1,16 |
| Año 2009 | 0,67 | 0,77 | 1,11 | 0,95 | 1,20 | 0,72 | 0,80 | 1,17 |
| **Noviembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,57 | 0,51 | 0,96 | 0,74 | 0,89 | 0,54 | 0,59 | 1,04 |
| Año 2009 | 0,64 | 0,46 | 1,00 | 0,81 | 0,95 | 0,46 | 0,62 | 1,01 |
| **Diciembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,54 | 0,53 | 0,95 | 1,00 | 0,86 | 0,41 | 0,60 | 0,95 |
| Año 2009 | 0,49 | 0,44 | 0,92 | 0,96 | 0,88 | 0,29 | 0,62 | 0,94 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Cuadro 9.6**

**Factores estacionales para el número de pernoctaciones de extranjeros por provincias.**

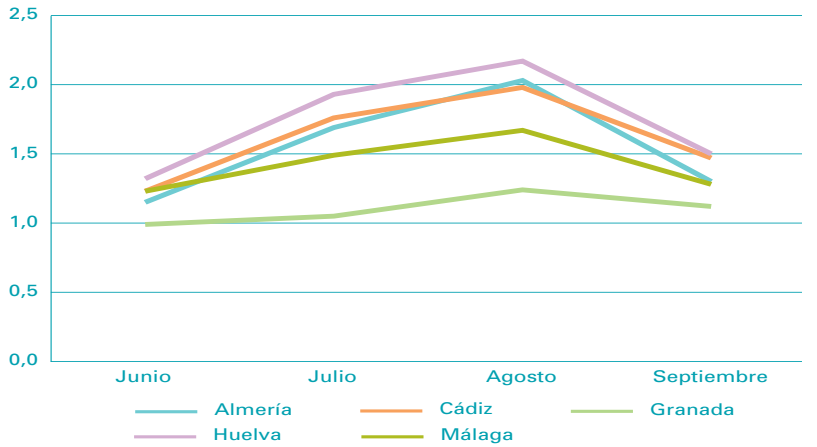
| | Almería | Cádiz | Cordoba | Granada | Jaén | Huelva | Málaga | Sevilla |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Enero** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,58 | 0,29 | 0,41 | 0,65 | 0,47 | 0,21 | 0,58 | 0,57 |
| Año 2009 | 0,58 | 0,27 | 0,44 | 0,61 | 0,46 | 0,23 | 0,57 | 0,62 |
| **Febrero** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,79 | 0,46 | 0,58 | 0,83 | 0,56 | 0,42 | 0,69 | 0,70 |
| Año 2009 | 0,78 | 0,46 | 0,59 | 0,79 | 0,65 | 0,39 | 0,63 | 0,70 |
| **Marzo** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,82 | 0,84 | 1,04 | 1,13 | 1,02 | 0,80 | 0,91 | 1,07 |
| Año 2009 | 0,82 | 0,90 | 0,99 | 1,14 | 1,04 | 0,66 | 0,84 | 1,05 |
| **Abril** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,77 | 1,15 | 1,56 | 1,36 | 1,34 | 1,05 | 1,03 | 1,35 |
| Año 2009 | 0,74 | 1,09 | 1,46 | 1,28 | 1,24 | 1,15 | 0,99 | 1,32 |
| **Mayo** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,32 | 1,49 | 1,60 | 1,33 | 1,64 | 1,26 | 1,26 | 1,43 |
| Año 2009 | 1,35 | 1,43 | 1,54 | 1,31 | 1,51 | 1,36 | 1,25 | 1,34 |
| **Junio** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,43 | 1,42 | 1,01 | 1,00 | 1,06 | 1,60 | 1,28 | 1,02 |
| Año 2009 | 1,40 | 1,40 | 1,07 | 1,05 | 1,10 | 1,87 | 1,30 | 1,00 |
| **Julio** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,37 | 1,38 | 0,89 | 0,93 | 1,10 | 1,46 | 1,29 | 0,88 |
| Año 2009 | 1,40 | 1,38 | 0,97 | 0,98 | 1,10 | 1,42 | 1,37 | 0,92 |
| **Agosto** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,38 | 1,37 | 1,11 | 1,00 | 1,05 | 1,52 | 1,34 | 1,04 |
| Año 2009 | 1,33 | 1,28 | 1,14 | 1,05 | 1,06 | 1,54 | 1,37 | 1,05 |
| **Septiembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,39 | 1,52 | 1,29 | 1,23 | 1,31 | 1,61 | 1,33 | 1,24 |
| Año 2009 | 1,44 | 1,64 | 1,26 | 1,24 | 1,30 | 1,41 | 1,36 | 1,29 |
| **Octubre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 1,22 | 1,35 | 1,33 | 1,23 | 1,15 | 1,29 | 1,18 | 1,24 |
| Año 2009 | 1,23 | 1,43 | 1,30 | 1,22 | 1,11 | 1,21 | 1,21 | 1,24 |
| **Noviembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,53 | 0,44 | 0,62 | 0,64 | 0,75 | 0,54 | 0,64 | 0,77 |
| Año 2009 | 0,57 | 0,45 | 0,63 | 0,68 | 0,82 | 0,46 | 0,61 | 0,78 |
| **Diciembre** | | | | | | | | |
| Año 2003 | 0,40 | 0,29 | 0,57 | 0,70 | 0,56 | 0,24 | 0,49 | 0,68 |
| Año 2009 | 0,37 | 0,28 | 0,61 | 0,66 | 0,61 | 0,30 | 0,50 | 0,68 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.7**

**Meses de alta estacionalidad. Factores estacionales 2009 en provincias con litoral**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

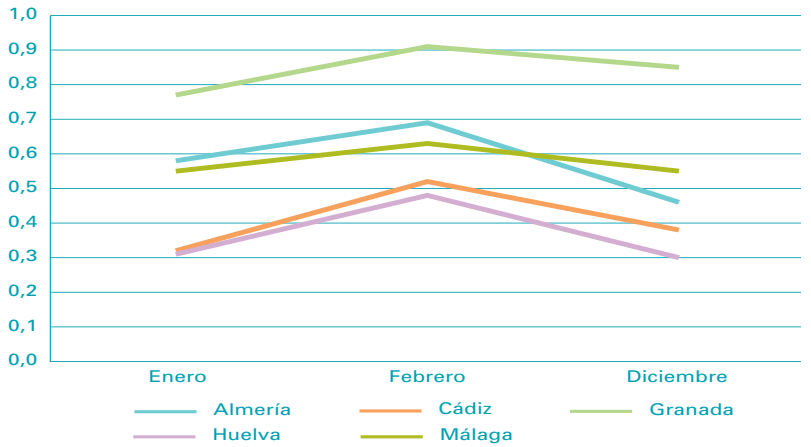
Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Del Gráfico 9.7 se desprende que la estacionalidad positiva registrada entre junio y septiembre es más alta en la provincia del Huelva para el año 2009. Así, en agosto el crecimiento de las pernoctaciones hoteleras en dicha provincia es del 117 por ciento respecto a su valor medio mensual. Respecto al resto de provincias, Granada es la que presenta un perfil de estacionalidad más suave. Así, por ejemplo, en agosto el índice estacional alcanza sólo un valor de 1,24.

En los meses de estacionalidad negativa (Gráfico 9.8) también Huelva, junto a Cádiz son las provincias que la sufren de forma más pronunciada. En el caso de Huelva, en el mes de enero del 2009, la estacionalidad origina un decremento en las pernoctaciones hoteleras de un -69 por ciento respecto al valor medio anual en cada uno de los meses. De nuevo, la provincia de Granada es la que en menor medida soporta la estacionalidad negativa, así en enero su efecto se traduce en una disminución de un -23 por ciento en las pernoctaciones respecto a su valor medio anual.

**Gráfico 9.8**

**Meses de baja estacionalidad. Factores estacionales 2009 en provincias con litoral**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

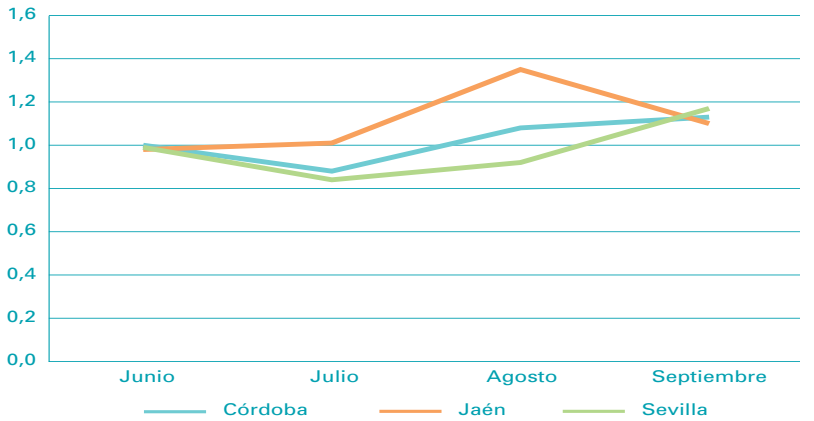
Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

La estacionalidad en los meses centrales del año, para 2009, en las provincias de interior es mucho menor respecto a las provincias de litoral, llegando incluso a ser negativa. Así, por ejemplo, en la provincia de Sevilla en los meses de junio, julio y agosto la estacionalidad provoca que la variable caiga por debajo de su valor medio anual. Esta circunstancia se observa en julio para la provincia de Córdoba y en junio para Jaén. En el mes de septiembre todas las provincias de interior tienen índices estacionales positivos, alcanzándose el mayor valor en Sevilla (1,17).

Las provincias de interior en los meses de estacionalidad negativa (Gráfico 9.10) también se caracterizan con sufrir con mucha menos intensidad el fenómeno de la estacionalidad. Por ejemplo, para el mes de diciembre del 2009, las tres provincias de interior tienen índices estacionales próximos a 0,85,

**Gráfico 9.9**

**Meses de alta estacionalidad. Factores estacionales 2009 en provincias de interior**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

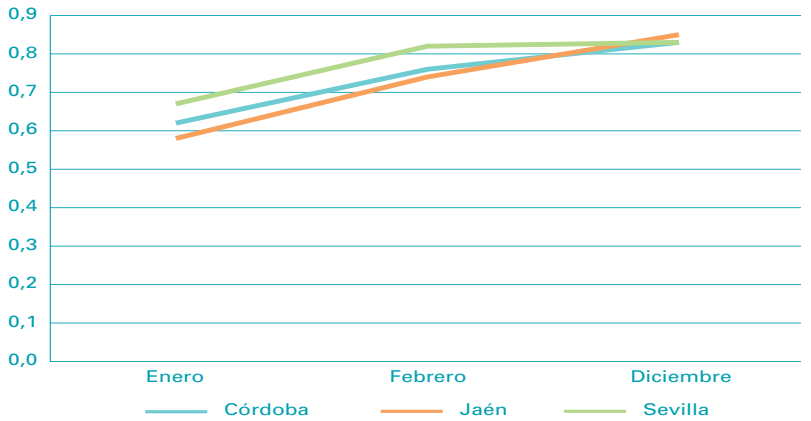
Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

en contraste con el 0,30 observado para Huelva en dicho mes, sólo Granada registra un valor similar precisamente por las propias peculiaridades de esta provincia, es decir, aunque es una provincia con litoral, su capital se localiza en el interior y además tiene un importante núcleo turístico en el interior en Sierra Nevada con sus propias pautas de estacionalidad.

A continuación se aplica el análisis de la estacionalidad a la ocupación de la industria turística. Tras la aplicación del método X12-ARIMA a las series de ocupados, tanto para Andalucía como para España, se constata que los valores alcanzados por los índices estacionales para mismos meses de diferentes años no muestran una apreciable variación, lo que implica que la estacionalidad en la ocupación de la industria turística ha presentado un comportamiento bastante estable durante el periodo objeto de análisis (2003-2008). Por ello, a continuación, sólo se presentan los valores medios registrados por los índices estacionales para cada mes correspondiente al periodo 2003-2009.

**Gráfico 9.10**

**Meses de baja estacionalidad. Factores estacionales 2009 en provincias de interior**




Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Los resultados muestran, en primer lugar, que los meses comprendidos entre abril y septiembre, ambos inclusive, son de temporada alta y, en términos generales, el efecto de la estacionalidad positiva es más intenso en Andalucía. Así, en los meses de julio y agosto, el componente estacional provoca un incremento de la ocupación del 10 por ciento y 8 por ciento, en nuestra comunidad; mientras que en España, los incrementos para dichos meses son del 7 por ciento y 6 por ciento, respectivamente.

Para los meses comprendidos entre octubre y marzo, los índices presentan valores por debajo de 1, siendo el efecto negativo más intenso en los meses de diciembre, enero y febrero. Nuevamente, el efecto de la estacionalidad es más intensa para Andalucía que para España, ya que los índices estacionales para dichos meses están más alejados de 1 en la comunidad andaluza. Así, por ejemplo, en el mes de enero la estacionalidad provoca una caída de la ocupación en la hostelería y en las agencias de viajes del 8 por ciento en

**Cuadro 9.7**

**Factores estacionales medios del total de ocupados en la hostelería y en la agencia de viajes (2003-2009): Andalucía versus España.**

| | Andalucía | España |
|---|---|---|
| Enero | 0,92 | 0,94 |
| Febrero | 0,94 | 0,95 |
| Marzo | 0,98 | 0,97 |
| Abril | 1,01 | 1,01 |
| Mayo | 1,03 | 1,04 |
| Junio | 1,05 | 1,04 |
| Julio | 1,10 | 1,07 |
| Agosto | 1,08 | 1,06 |
| Septiembre | 1,02 | 1,02 |
| Octubre | 0,98 | 0,98 |
| Noviembre | 0,95 | 0,96 |
| Diciembre | 0,94 | 0,95 |

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1). Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

.Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Seguridad Social (MTI).

Andalucía, mientras que en España la variación negativa respecto al valor medio anual alcanzado por la variable es del 6 por ciento.

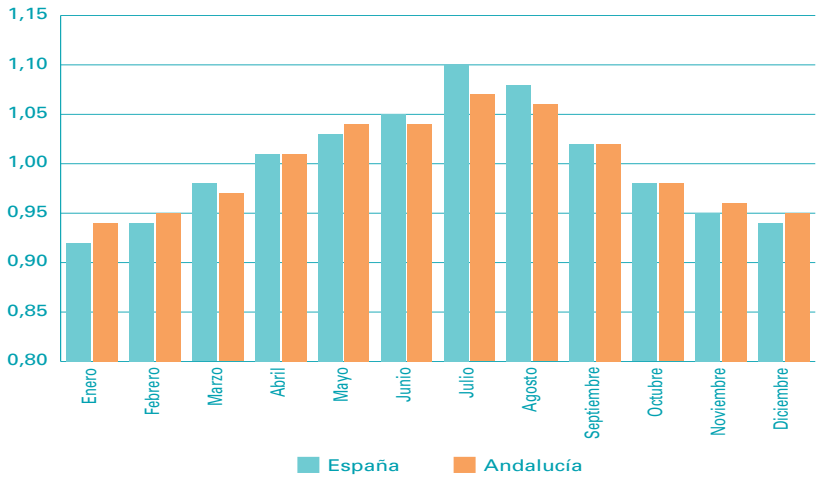
## 9.2 Tendencia y ciclo.

En esta sección se ofrece un análisis de la evolución de las fluctuaciones a largo y medio plazo (componente tendencia y ciclo[5]) de la serie de pernoctaciones hoteleras para Andalucía y España. Además de analizar dichas variaciones para el total de pernoctaciones, también se distingue según la nacionalidad del turista.

5 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

**Gráfico 9.11**

**Factores estacionales medios del total de ocupados en la hostelería y en la agencia de viajes (2003-2009: Andalucía vs España**



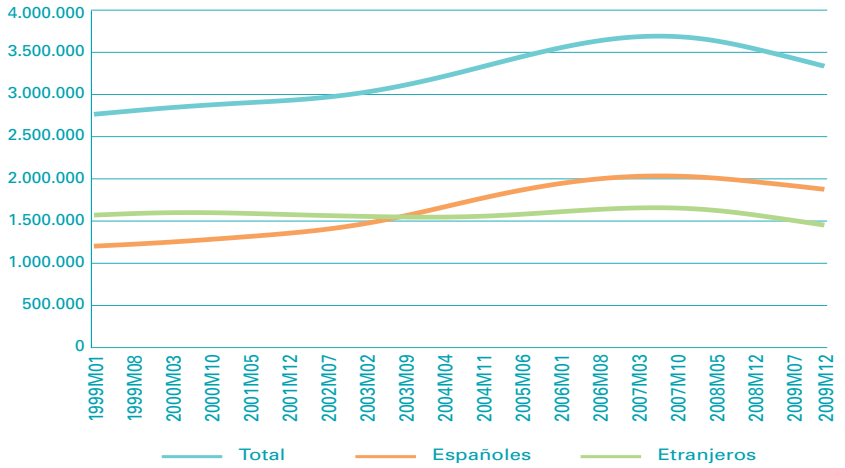

Nota: un valor de índice cercano o próximo a 1 indica una estacionalidad reducida o ausencia de estacionalidad (en caso de valor 1).
Si el valor del índice es superior a 1, se detecta estacionalidad positiva y cuanto mayor sea el índice mayor será la intensidad de la estacinalidad.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

El componente de tendencia se representa en los Gráficos 9.12 y 9.13 tanto para Andalucía como para España, respectivamente.

**Gráfico 9.12**

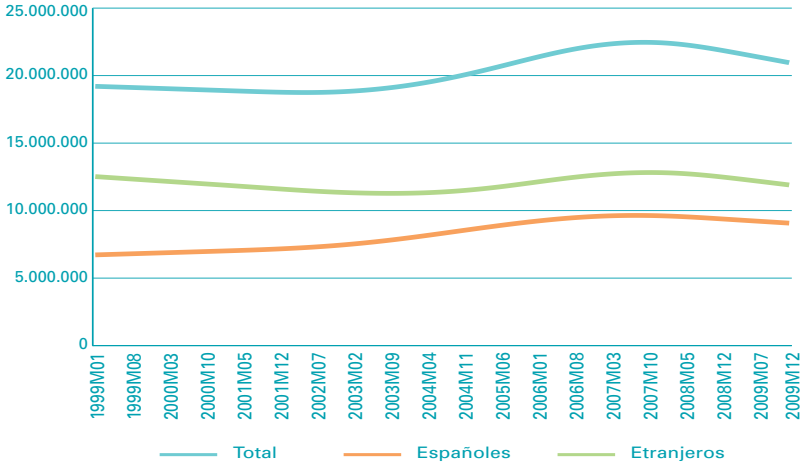
**Componente de tendencia de las pernoctaciones hoteleras en Andalucía.** *Unidades*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.13**

**Componente de tendencia de las pernoctaciones hoteleras en España.** *Unidades*

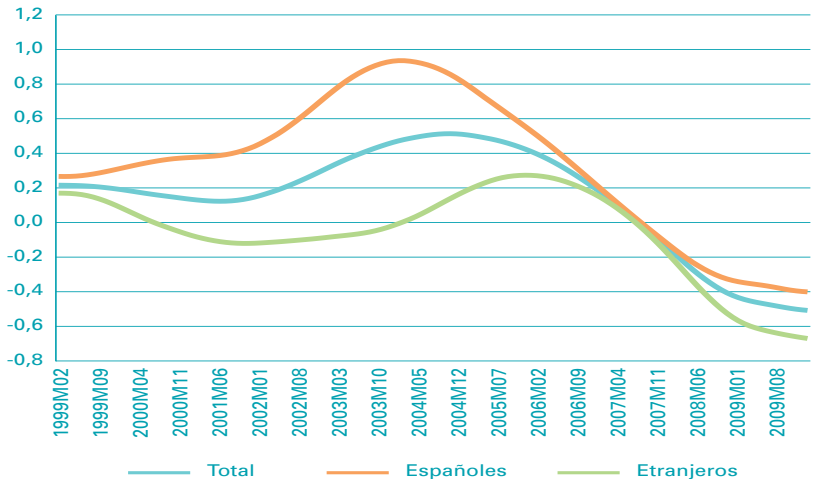



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Con objeto de captar de forma más adecuadas las fluctuaciones a largo plazo de las distintas variables se calculan, a partir de los componentes de tendencia, las tasas de variación interperiodo (Gráficos 9.14 y 9.15).

**Gráfico 9.14**

**Tasa de variación interperiodo de la tendencia para las pernoctaciones hoteleras en Andalucía.** *Unidades*

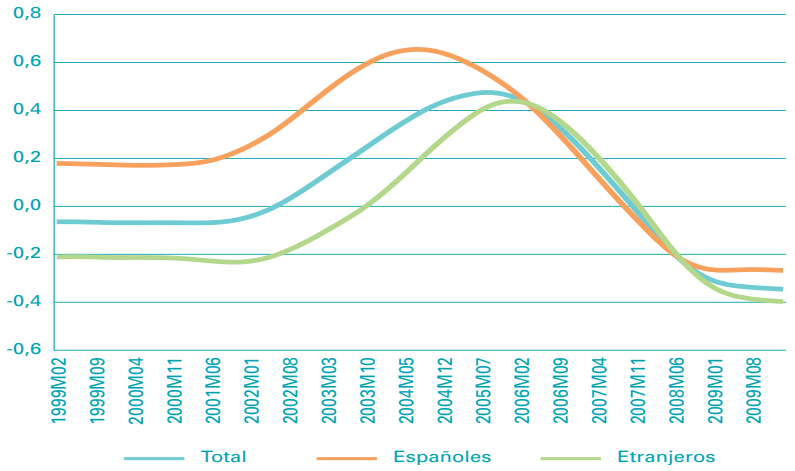



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Los resultados para Andalucía revelan que, en todas las situaciones, desde agosto del 2007 las variaciones a largo plazo de las pernoctaciones hoteleras han sido negativas, siendo la caída más intensa en el caso de las pernoctaciones realizadas por los turistas extranjeros. Así, por ejemplo, durante todos los meses del cuarto trimestre del 2009, la tasa de variación interperiodo del componente de tendencia para los extranjeros mostró un valor negativo superior al -0,65 por ciento, mientras que para el mismo periodo, las pernoctaciones que realizaron los turistas nacionales en Andalucía registraron unas tasas de variación interperiodo que se situaron sobre el -0,40 por ciento.

**Gráfico 9.15**

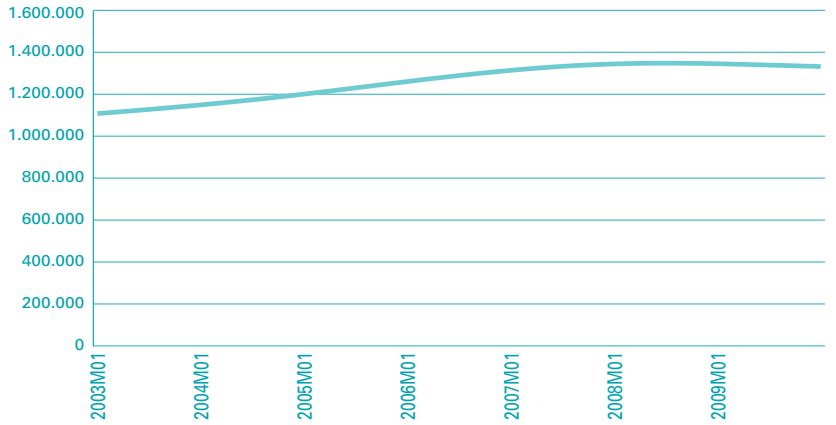
**Tasa de variación interperiodo de la tendencia para las pernoctaciones hoteleras en España.** *Unidades*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.16**

**Componente de tendencia de los ocupados en la hostelería y en las agencias de viajes en España.** *Unidades*

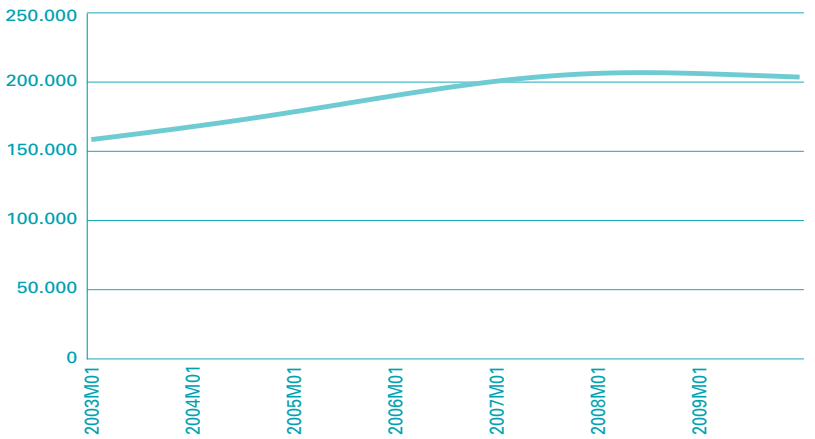



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Seguridad Social (MTI).

En el caso de España, se constatan algunas diferencias respecto a los resultados obtenidos para Andalucía. En particular, la aparición de variaciones negativas en las pernoctaciones de los extranjeros no se produce hasta octubre de 2007. Además, hasta julio del 2008, dichas variaciones negativas son inferiores en valor absoluto a las registradas para las pernoctaciones de los turistas nacionales. Por último, hay que destacar que la intensidad de las fluctuaciones negativas registradas por el componente de tendencia de las pernoctaciones ha sido inferior en España con respecto a Andalucía. Así, por ejemplo, durante el último trimestre de 2009, las pernoctaciones de los extranjeros y de los españoles han registrado variaciones negativas cercanas al -0.39 por ciento y -0.26 por ciento, respectivamente, que son inferiores a las observadas para Andalucía.

**Gráfico 9.17**

**Componente de tendencia de los ocupados en la hostelería y en las agencias de viajes en Andalucía**

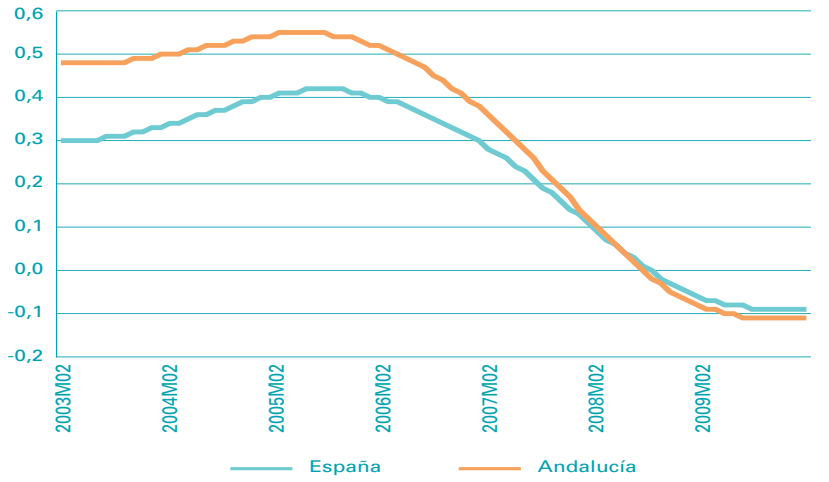



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Seguridad Social (MTI).

A continuación con objeto de observar de forma más exacta las variaciones a largo plazo de las distintas variables se calculan, a partir de los componentes de tendencia, las tasas de variación interperiodo (Gráfico 9.18).

**Gráfico 9.18**

**Tasa de variación interperiodo de la tendencia para los ocupados en la hostelería y en las agencias de viajes: Andalucía vs España.** *Unidades*



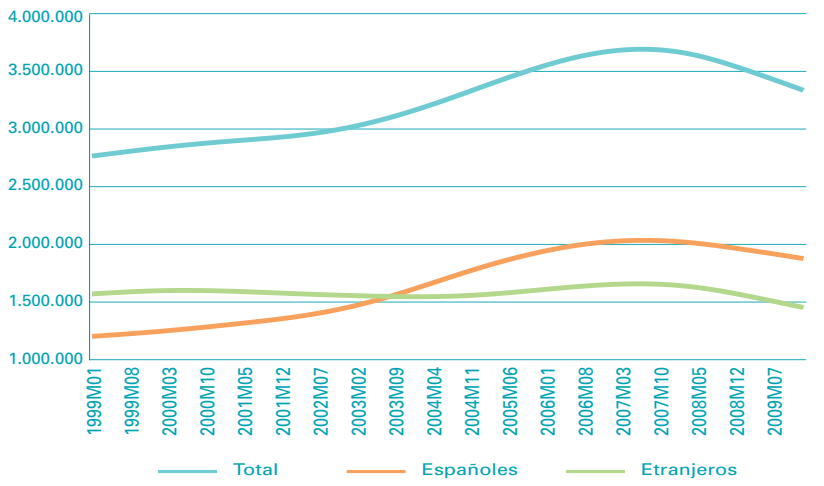

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Seguridad Social (MTI).

Los resultados verifican que desde enero del 2003 hasta agosto del 2008, las variaciones intermensuales del componente tendencia en la ocupación de la industria turística en Andalucía han sido positivas y superiores a las alcanzadas para el total nacional, prácticamente en todos los periodos. Los periodos de mayor auge se situaron a lo largo del año 2005, donde el componente de tendencia registró en todos los meses aumentos positivos superiores al 0,5 por ciento y 0,4 por ciento en Andalucía y España, respectivamente. A partir del año 2006, las tasas de variación positivas interperiodo iniciaron un proceso de desaceleración, que provocó que a partir de agosto del 2008 la ocupación en el sector turístico, tanto en Andalucía como en España, registrase variaciones a largo plazo negativas. Esta situación se ha mantenido durante todo el año 2009, aunque desde junio del 2009 las tasas de variación negativas no han aumentado, estabilizándose la caída a largo plazo del número de ocupados en el -0,11 por ciento y -0,09 por ciento en Andalucía y España, respectivamente.

Respecto al componente cíclico obtenido para las distintas series de pernoctaciones para Andalucía y España, se constata, en el caso de la primera, que desde agosto del 2008 la aportación del ciclo a la evolución de las pernoctaciones de los turistas nacionales ha sido negativa. Por el contrario, las variaciones de las pernoctaciones de los turistas extranjeros asociadas al ciclo económico empezaron a ser negativas a partir de diciembre del 2008, siendo superiores desde agosto del 2009 a las registradas para las pernoctaciones realizadas por los turistas españoles en Andalucía. En cuanto, al comportamiento cíclico de las pernoctaciones realizadas en todo el territorio nacional, se observa una evolución que es cualitativamente similar a la registrada en Andalucía. Concretamente, se observa el mismo retraso en la aparición de valores negativos del componente cíclico en las pernoctaciones de los extranjeros, con respecto a las registradas por los turistas españoles. No obstante, en este caso, la caída asociada al ciclo para los turistas extranjeros, en relación a la correspondiente para los turistas españoles, empieza a ser superior a partir de marzo del 2009.

**Gráfico 9.19**

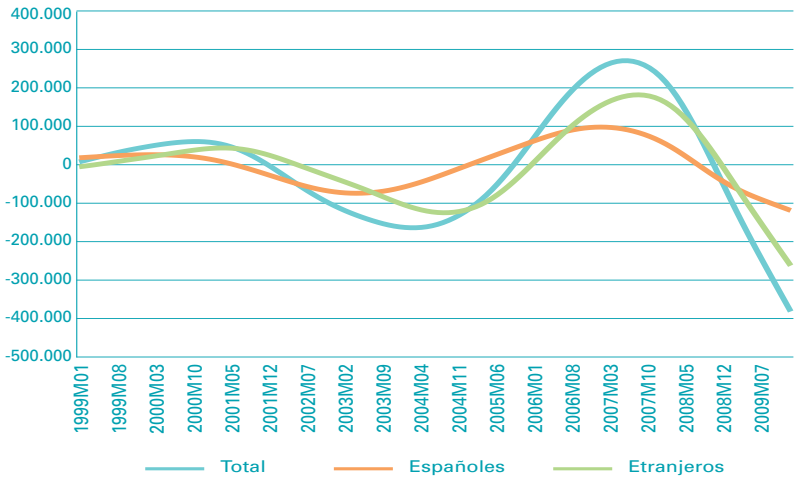
**Componente cíclico de las pernoctaciones hoteleras en Andalucía.** *Unidades*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

**Gráfico 9.20**

**Componente cíclico de las pernoctaciones hoteleras en España.** *Unidades*

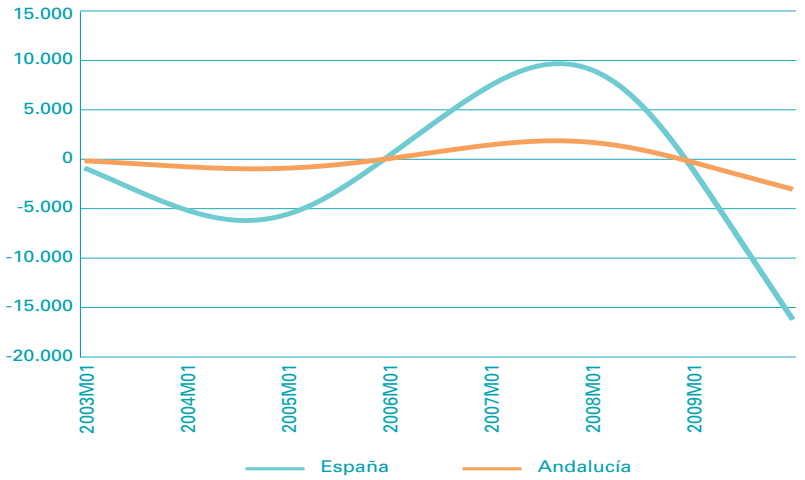



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

En el Gráfico 9.21 aparece el componente cíclico del total de ocupados en la industria turística tanto para Andalucía como para España. En dicho gráfico se observa que las fluctuaciones cíclicas han mostrado tres fases bien diferenciadas que coinciden tanto para Andalucía como para España. Así, en primer lugar, se observa una etapa comprendida entre los años 2003 y 2005 donde el efecto del ciclo ha sido negativo. Posteriormente, durante el periodo 2006-2008 las variaciones cíclicas han realizado aportaciones positivas al número de ocupados en la industria turística, que han alcanzado su cima durante el tercer trimestre del 2007. A partir de dicho periodo, las variables registran una fase recesiva, provocando prácticamente a partir del inicio del año 2009 que las fluctuaciones cíclicas sean negativas.

**Gráfico 9.21**

**Componente cíclico de los ocupados en la hostelería y en las agencias de viajes: Andalucía vs España.** *Unidades*




Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

# Anexo

# ANEXO: CUESTIONES METODOLÓGICAS Y NOTAS EXPLICATIVAS.

**Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía.**

Desde la primera edición Analistas Económicos de Andalucía viene elaborando el Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía. Es un instrumento especialmente útil para describir la coyuntura turística con una visión global, complementa la información suministrada por el conjunto de indicadores parciales. Y su principal cualidad, sintetizar los aspectos relevantes del momento, conduce a su uso tanto para la valoración de la actividad turística en un año concreto como para proporcionar las previsiones para el año siguiente.

El Indicador Sintético facilita el estudio del perfil cíclico de la actividad turística y se emplea para Andalucía y España.

Desde el punto de vista metodológico, el procedimiento utilizado para el cálculo del Indicador Sintético de Actividad Turística está basado en el aplicado por el National Bureau of Economic Resarch (NBER). Partiendo de los cambios porcentuales simétricos de las distintas series incluidas en su cálculo, una vez desestacionalizadas y considerado su componente de ciclo-tendencia, se procede a su estandarización, estimando posteriormente las ponderaciones a aplicar a cada indicador parcial con objeto de obtener el Indicador Sintético. Dichas ponderaciones se estiman en función de la variabilidad de cada una de las series utilizadas. En nuestro caso, los indicadores parciales utilizados han sido: PIB ponderado de los principales países emisores de turistas a Andalucía y España; viajeros residentes en el extranjero alojados en establecimientos hoteleros; consumo privado; pernoctaciones de residentes en España en establecimientos hoteleros y afiliados a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes.

Como advertencia a efectos interpretativos, hay que tener en cuenta que las tasas de crecimiento suministradas por el Indicador Sintético de Actividad Turística no tienen exactamente el mismo significado que las tasas de crecimiento de la

producción o el PIB turístico. Únicamente pueden utilizarse como un referente de la evolución de la actividad turística en el periodo analizado, que nos permite aproximar el perfil cíclico del turismo en nuestra economía.

**Encuesta al Sector Turístico: Opiniones empresariales.**

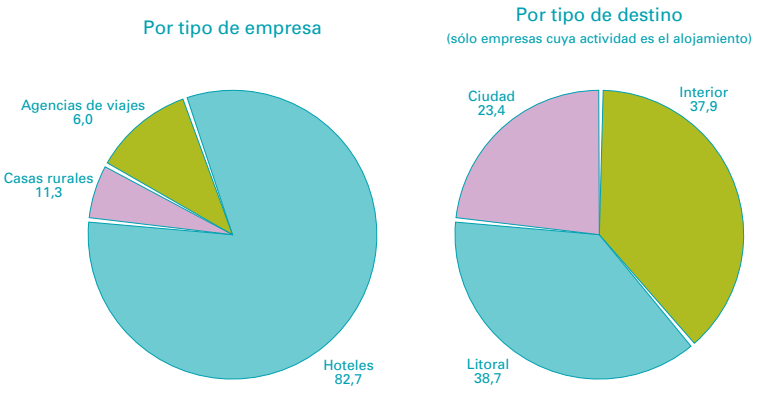
El cuestionario, realizado durante los meses de marzo y abril de 2010, recoge una amplia diversidad de empresas pertenecientes al sector turístico andaluz y, en esta ocasión, como novedad, presenta una importante modificación tanto por la reducción del número de cuestiones planteadas como por centrar principalmente su atención en el conocimiento de la influencia que la crisis económica ha tenido en la actividad de las distintas empresas sondeadas. No obstante, estos cambios no impiden establecer comparaciones con los resultados obtenidos en años anteriores al haberse conservado algunas de las preguntas de la encuesta del primer informe.

La Encuesta al Sector Turístico, elaborada por el Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía, recoge en su ámbito de estudio distintas actividades del sector turístico (conforme al criterio de clasificación de la CNAE) analizando tres subsectores: establecimientos hoteleros, casas rurales y agencias de viajes, y centrando su atención especialmente en el primero. Para la realización de la Encuesta al Sector Turístico 2009 se ha elaborado una base de datos propia a partir de los datos del Registro del Turismo de Andalucía con el fin de identificar el número de establecimientos hoteleros, casas rurales y agencias de viajes existentes en Andalucía. De acuerdo con estas cifras, y dado un nivel de confianza del 95,5 por ciento y un error muestral del 4,7 por ciento, el tamaño de la muestra asciende a 382 observaciones (empresas). La distribución de los elementos de la muestra entre los tres grupos analizados comprende 316 establecimientos hoteleros, 43 casas rurales y 23 agencias de viajes, elegidos de forma aleatoria (aunque introduciendo intencionadamente un importante sesgo, en la medida en que se ha dado prioridad en la elección a las empresas más representativas de cada subsector). Las encuestas han sido realizadas utilizando diferentes medios: se ha empleado el correo electrónico, teléfono y fax para contactar con los participantes y adquirir las opiniones y valoraciones a las diversas cuestiones planteadas.

La muestra por tipo de empresa y por destino se reproduce en el Gráfico A.1.

**Gráfico A.1**

**Empresas participantes en la encuesta al sector turístico**
*Porcentaje*




Fuente: Encuesta al Sector Turístico. *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

*Ficha técnica de la encuesta.*

| FICHA TÉCNICA TRABAJO DE CAMPO | |
|---|---|
| Tipo de encuesta | Encuesta de opinión y expectativas sobre el sector turístico en Andalucía. |
| Universo | Establecimientos hoteleros, casas rurales y agencias de viajes radicadas en Andalucía. |
| Período | Realizada entre marzo y abril de 2010. |
| Muestra | 382 encuestas. |
| Nivel de confianza y error muestral | Para un nivel de confianza del 95,5 por ciento se obtiene un error muestral del 4,8 por ciento. |

| | |
|---|---|
| Estratificación de la muestra: | Se ha realizado una distribución en base a destino (litoral, ciudad, e interior), actividad (hoteles, casas rurales, y agencias de viaje).y tipología de establecimiento (sol y playa, cultural, rural y naturaleza, negocios y reuniones y deportivo). |
| **Destino: 3 agrupaciones.** | Grupo 1: Litoral<br>139 encuestas<br>Grupo 2: Ciudades<br>84 encuestas<br>Grupo 3: Interior<br>136 encuestas<br>* No incluidas agencias de viajes |
| **Actividad: 3 grupos.** | Grupo 1: Hoteles<br>316 encuestas<br>Grupo 2: Casas rurales<br>43 encuestas<br>Grupo 3: Agencias de viaje<br>23 encuestas |
| **Tipología: 5 grupos.** | Grupo 1: Sol y playa<br>83 encuestas<br>Grupo 2: Cultural<br>92 encuestas<br>**Grupo 3: Rural y de Naturaleza**<br>70 encuestas<br>**Grupo 4: Negocios y Reuniones**<br>101 encuestas<br>**Grupo 5: Deportivo**<br>29 encuestas<br>***Grupo: Otros** (no se engloba en ninguna de las otras categorías)<br>7 encuestas |

*Nota sobre la división por tipologías y por ubicación geográfica de la empresa.*

Los resultados se presentan en varios formatos, el general del total de empresas del sector, los obtenidos distinguiendo por la ubicación de la empresa (ciudad, litoral e interior) sólo referida al alojamiento (hoteles y casas rurales) y por tipología (sol y playa, cultural, rural y de naturaleza, negocios y reuniones o deportivo). Este modo de clasificación se sustenta en la gran diversidad de

empresas de alojamiento existentes pudiendo un hotel situado en el litoral recibir una tipología de cliente (negocios o deportivo) bien distinta a la de sol y playa que tradicionalmente le correspondería o, una casa rural que pueda estar ubicada en un pueblo de litoral y no en el interior, como es habitual. Esta descripción se detalla en la ficha técnica de la encuesta.

*Indicador sintético de situación de la actividad de las empresas turísticas.*

Para la obtención del indicador sintético se pondera cada respuesta con un valor, así, para la preguntas relacionadas con la evolución de cada variable se ha multiplicado el valor del -1 por el valor porcentual dado por aquellas respuestas que indican una variación a partir del -5 por ciento, un valor del -0,5 por las que contestaron entre el -2 y -5 por ciento, el 0 por las respuestas entre el intervalo de -2 y 2 por ciento, el 0,5 por las respuestas entre el 2 y el 5 por ciento y el 1 a más del 5 por ciento. A partir de los resultados obtenidos se realiza el promedio para cada variable y después, la media global, que nos indica finalmente cómo ha evolucionado la actividad de las empresas turísticas en conjunto en 2009. Por otra parte, para las expectativas se ha asignado el valor -1 a las respuestas de disminución fuerte, -0,5 a la disminución moderada, 0 al mantenimiento, 0,5 al aumento moderado y 1 al fuerte aumento; así, para cada variable se sumarían los valores asignados de cada una de las respuestas y para la evolución global se calcularía el promedio. En conclusión, si se interpretan los resultados, aquellos más cercanos a 100 muestran un mayor aumento de la variable, si se acercan a -100 denotarían una mayor disminución y los valores en torno a 0 manifiestan un mantenimiento de la variable.

**Impactos económicos del gasto turístico.**

El cálculo de los impactos económicos según nacionalidades exige el desarrollo de una metodología específica en el marco del análisis input-output. El gasto turístico como gasto en consumo es la única variable que se utiliza en el vector de demanda final; esto significa que no se tienen en cuenta ni la formación bruta de capital ni el consumo de las administraciones públicas vinculado a la actividad turística. Aún con estas limitaciones, el consumo turístico es el

principal componente, con diferencia, de la demanda final turística.

Desde el punto de vista metodológico se emplea el análisis input-output, en particular el denominado modelo de Leontief que es un modelo de demanda que permite estimar los niveles de producción de cada rama para satisfacer una cuantía determinada de demanda final de forma exógena.

Las n ramas productivas se representan como un sistema con n ecuaciones lineales, cuya forma matricial es la siguiente:

$$X = CI + DF$$

Donde X es el vector de producción para las n actividades, CI la matriz de consumos intermedios o transacciones intersectoriales y DF el vector de demandas finales.

La hipótesis básica del planteamiento de Leontief reside en la estabilidad en el tiempo de los coeficientes técnicos ($a_{ij}$). Siendo A la matriz de coeficientes técnicos y H la matriz inversa de Leontief, la ecuación se resuelve de la siguiente forma:

$$X = H*DF$$

Donde $H = [(I-A)^{-1}]$ es la matriz inversa de Leontief que mide los efectos generados, directos e indirectos, por una determinada demanda final, sobre la producción de todas las actividades.

En la expresión anterior, los efectos directos equivaldrían al gasto inicial de los turistas, es decir, a la demanda final; y los efectos totales responden al valor de la producción X que engloba tanto los impulsos directos (demanda final) como los indirectos (a través de la matriz inversa).

**Cuadro A.1**

**Grupos de actividad.**

| Clasificación | TIOAN-00 Ramas | TIOAN-05 | CNAE Ramas |
|---|---|---|---|
| Alimentación | 1 a 4, 6, 10 a 19 | 1, 3, 6 a 15 | 01121,01132,01134, 01131,01133,0111,0 1122,013(p),014,012 ,013(p),015,5, 15,16 |
| Enegia y agua, silvicultura y extractivas | 5,7a 9, 26, 46, 47 y 48 | 2, 4 y 5, 22, 42, 43 y 44 | 2, 10 a 14, 23, 362 a 366, 401 a 403, 41 |
| Bienes de Consumo | 20 a 22, 24, 25, 28, 29, 33 y 44 | 16 a 18, 20, 21, 24 y 25, 29 y 40 | 17 a 19, 21, 22, 242 a 247, 251, 253, 27, 362 a 366 |
| Resto de la Industria | 23, 27, 30 a 32, 34 a 43, 45 | 19, 23, 26 a 28, 30 a 39, 41 | 20, 241, 242,261-268, 28 a 34, 351 a 355, 361 |
| Construcción | 49 y 50 | 45 y 46 | 451 a 455 |
| Comercio | 51 a 54 | 47 a 49 | 37,501a 505,51,52 |
| Hoteles | 55 | 50 | 551 a 552 |
| Restauración | 56 | 51 | 553 a 555 |
| Transportes, anexos y comunicaciones | 57 a 60, 65 | 52 a 55, 60 | 60 a 64 |
| Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros | 61 a 64, 66 a 73, 81, 86 | 56 a 59, 61 a 68, 76 y 81 | 65 a 66, 71,72,73,741 a 748,90 y 95 |
| Servicios públicos, educación y sanidad | 74 a 80, 82 | 69 a 75, 77 | 75, 99, 80(p),851(p) a 853(p), 91 |
| Ocio y cultura, servicios personales | 83 a 85 | 78 a 80 | 921 a 927 |

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.*

Los siguientes pasos consisten en estimar el impacto sobre el valor añadido bruto, sobre las importaciones y sobre la remuneración de asalariados, mediante el uso de los correspondientes multiplicadores; lo cual exige disponer respectivamente de las matrices diagonales de los coeficientes de valor añadido, los coeficientes de importación y los coeficientes de remuneración de asalariados.

Con este procedimiento se ha evaluado la repercusión real del turismo en Andalucía en el año 2009, estimando el impacto del turismo total, nacional y extranjero sobre variables relevantes, tales como la producción total, el valor añadido bruto, las importaciones andaluzas y la remuneración de asalariados. Esta estimación ha sido posible gracias a la disponibilidad de dos fuentes básicas de información, la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía 2009 (ECTA) y el sistema de Tablas Input-Output de Andalucía 2005 (TIOAN 2005).
El procedimiento de estimación se ha concretado en dos fases. En la primera fase, a partir de los datos de la ECTA se han estimado dos vectores de demanda que recogen la estructura de consumo de los turistas extranjeros y nacionales. Y en la segunda fase, se aplica el modelo de impacto para obtener los efectos directos e indirectos. Los resultados que se presentan a continuación vienen detallados por grupos de actividad económica y colectivo de turistas. Las ramas productivas que integran estos grupos de actividad se detallan en el Cuadro 1, en él se establece la correspondencia entre la clasificación de la TIOAN2005 y la Clasificación de Actividades Económicas (CNAE).

**Segmentación de la demanda turística.**

A partir de los microdatos de la Encuesta de Coyuntura Turística (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía para el año 2009, la metodología utilizada en el análisis de la segmentación turística pretende realizar una aproximación a la tipología de los turistas que visitan Andalucía desde diversos puntos de vista. Así, en primer lugar, se analizan los factores determinantes del destino turístico mediante la especificación de un modelo *logit multinomial*. El segundo objetivo del estudio consiste en realizar una aproximación a los factores determinantes de las decisiones que toman los

turistas en torno a la duración de su estancia en Andalucía. La metodología propuesta se basa en suponer que la duración de la estancia en Andalucía se modeliza mediante un modelo binomial negativo truncado. El tercer objetivo del estudio consiste en el análisis de los factores determinantes del tipo de alojamiento de los visitantes a Andalucía, para el logro de este fin la especificación econométrica usada consiste en la estimación un modelo *logit multinomial*. Finalmente, se plantea y estima un modelo de regresión para detectar y cuantificar la influencia de un conjunto de variables sobre el gasto realizado por los turistas durante su estancia en la comunidad andaluza.

*Modelo de elección de destino turístico.*

El modelo elegido para cuantificar la influencia de un conjunto de variables explicativas sobre la elección de destino turístico es un modelo *logit multinomial*. En este modelo se ha elegido como categoría de referencia la probabilidad, que tiene cada individuo, de elegir como destino turístico un municipio interior ($P_{i1}$). De tal forma que el logaritmo neperiano del cociente entre la probabilidad de elegir capitales interiores ($P_{i2}$) o municipios/capitales costeras ($P_{3i}$) se expresa de la siguiente forma:

$$\ln (P_{ij}/P_{i1}) = X'_i \beta_j \quad j=2,3$$

donde $X_{ij}$ es un vector que recoge los valores de las variables explicativas para cada turista y $\beta$ es un vector de parámetros desconocidos que recoge la influencia de cada variable. Para interpretar los coeficientes $\beta$ los elevamos al número e, resultando los denominados *odds* ratios o riesgos relativos, que nos indican cuantas veces es superior el cociente de probabilidades (descrito en la fórmula anterior) para una modalidad determinada con respecto a la modalidad omitida.

*Metodología y especificación econométrica.*

Con respecto al primer objetivo del trabajo, es decir, el análisis de los factores determinantes que influyen sobre la elección del destino turístico, cabe

señalar que la especificación del modelo se inicia a partir de los fundamentos teóricos de la Teoría de la Utilidad Aleatoria, que describe elecciones discretas en un marco de maximización de utilidad ( McFadden 1973; Manski 1977). En este caso, se supone la existencia de j alternativas, que se identifican con los destinos turísticos, a partir de las cuales se pueden generar para cada individuo i, funciones de utilidad que contienen un componente determinístico ($V_i$) y un componente estocástico ($\varepsilon_i$). Así la utilidad total para un individuo de elegir un determinado destino turístico se puede definir como:

$$(1)\quad U_{ij} = V_{ij} + \varepsilon_{ij}$$

Un turista escogerá la alternativa *j* (municipios/capitales costeras o capitales interiores o municipios interiores) si $U_j > U_k$ para toda $k \neq j$. No obstante, para el investigador las utilidades $U_{ij}$ no son observables ya que incluyen un componente estocástico $\varepsilon_{ij}$. Por ello, sólo se puede describir la probabilidad de escoger la alternativa j, $P_j$, lo cual ocurrirá cuando $V_{ij}+\varepsilon_{ij} > V_{ik} + \varepsilon_{ik}\ \forall\ k \in C(j)$:

$$(2)\ P_{ij} = \text{Prob}\ \{ V_{ij} + \varepsilon_{ij} > V_{ik} + \varepsilon_{ik}\ ;\ \forall\ k \in C(j) \}$$

C(j) denota el conjunto de todas las alternativas menos la alternativa *j*. $V_{ij}$ se supone que es función de las variables explicativas expuestas anteriormente lo que resulta:

$$(3)\quad V_{ij} = X_{ij}' \beta$$

donde $X_{ij}$ es un vector que recoge los valores de las variables explicativas para cada turista y $\beta$ es un vector de parámetros desconocidos que recoge la influencia de cada variable sobre la utilidad determinística. Con respecto al término de error $\varepsilon_{ij}$, la hipótesis más común es suponer que se distribuye independiente e idénticamente con una distribución del tipo valor extremo, dando así lugar al modelo *logit multinomial*:

$$(4)\quad P_{ij} = P(Y_i = j) = \frac{e^{X_{ij}'\beta}}{1 + e^{X_{ij}'\beta}} \quad si \quad j = 2,3$$

donde $Y_i$ es una variable dicotómica que es igual a 1 si el turista elige la opción j y cero en caso contrario, siendo j el conjunto de opciones a las que se enfrenta el individuo, en este caso, los tres destinos turísticos determinados.

En cuanto a la modelización de la duración de la estancia cabe señalar que el fundamento teórico que habitualmente se realiza (véase, por ejemplo, Martínez y Raya 2008) se basa en la formulación neoclásica del modelo de demanda. En base a ella, el turista maximiza una función condicionada por sus restricciones presupuestarias y temporales, y como resultado de tal proceso de maximización elige el número de días de estancia, n, junto a q que es el consumo del resto de bienes.

La función de utilidad del turista que se maximiza es la siguiente:

$$(5)\quad \underset{n,q}{Max}\, U(n;q) - {}_1[(C + p_n n) + q - Y] - {}_2(n + Tr + tq - T)$$

siendo C el coste del transporte, $p_n$ el coste monetario por día de estancia, Y la renta del consumidor, Tr el tiempo de desplazamiento, T el tiempo disponible para el consumo y $t_q$ el tiempo para el consumo no turístico.

Tras la optimación de la anterior función resulta la función de demanda de consumo de bienes de turismo (n) y de otros bienes (q). Si la función de utilidad tiene las propiedades básicas del modelo neoclásico de elección del consumidor, la función de demanda de turismo para el individuo i es:

$$(6)\quad n_i = n_i\,(p_n, C, Tr, Y, T)$$

El modelo empírico estimado se ha basado en esta función de consumo de bienes turísticos. Siguiendo a Martínez y Raya (2008) como una aproximación del coste monetario de estancia se utiliza el tipo de alojamiento, ya que la estancia en hoteles presenta un mayor coste monetario que la realizada en otros alojamientos como campings o apartamentos o casas. Como *proxy* del coste del desplazamiento, se utiliza la nacionalidad del turista, lo que refleja la distancia desde su zona geográfica de origen hasta Andalucía. Por otro

lado, la restricción temporal se aproxima por el trimestre donde es realizada la estancia (así, por ejemplo, el tercer trimestre es el periodo del año donde existe una mayor disponibilidad de tiempo para consumir en turismo), la renta del consumidor es aproximada por su situación con respecto a la actividad económica. Dado este modelo teórico, es necesario a continuación formular un modelo empírico que permita recoger las influencias de las distintas variables sobre la duración de la estancia. El modelo especificado se fundamenta en las técnicas de modelos de recuento, siendo en este caso, el modelo binomial negativo truncado el más idóneo:

$$(7)\quad P(Y_i / Y_i > 0) = \frac{\Gamma(\alpha^{-1} + Y_i)}{\Gamma(\alpha^{-1})\Gamma(Y_i + 1)} \left( \frac{\alpha^{-1}}{\alpha^{-1} + e^{\sum \beta_k X_{ik}}} \right)^{\alpha^{-1}} \left( \frac{e^{\sum \beta_k X_{ik}}}{\alpha^{-1} + e^{\sum \beta_k X_{ik}}} \right)^{Y_i} \left( \frac{1}{1 - (1 + \alpha e^{\sum \beta_k X_{ik}})^{\alpha^{-1}}} \right)$$

En cuanto a la especificación del modelo que determina la elección del alojamiento, nuevamente se siguen los postulados de la Teoría de la Utilidad Aleatoria (McFadden 1973; Manski, 1977), con lo que resulta el siguiente modelo multinomial:

$$(8)\quad P_{ij} = P(Y_i = j) = \frac{e^{X'_{ij}\beta}}{1 + e^{X'_{ij}\beta}} \quad si \quad j = 2,3$$

donde $Y_i$ es una variable dicotómica que es igual a 1 si el turista elige la opción j y cero en caso contrario, siendo j el conjunto de opciones a las que se enfrenta el individuo, en este caso, los distintos tipos de alojamiento establecidos.

Finalmente, se ha especificado un modelo de regresión lineal para explicar el gasto de los turistas realizado durante su estancia. Concretamente, se supone que las decisiones de gasto dependen de un conjunto de características (variables personales, sociodemográficas, actividades turísticas realizadas...). En definitiva, el modelo especificado y estimado ha sido el siguiente:

$$(9)\ \text{Gasto}_i = \beta_1 + \Sigma_j \beta_j X_{ji} + u_i$$

donde $X_{ij}$ es un vector que recoge los valores de las variables explicativas para cada turista, $\beta$ es un vector de parámetros desconocidos que recoge la influencia de cada variable y $u_i$ es un término de perturbación aleatoria.

La bibliografía básica de referencia es la siguiente: Manski C. (1977). "The structure of random utility models". *Theory and Decision*, vol. 8, pp. 229-254; Martínez-García, E. and Raya, J. (2008): "The length of the stay of low cost tourism". *Tourism Managment*, 29 (6), pp. 1064-1074; McFadden, D. (1973). Conditional logit analysis of qualitative choice behaviour. En. P. Zarembka (Ed.), Frontiers in econometrics, New York, Academic Press: 105-142.

**Análisis de la estacionalidad.**

Para el análisis de la concentración y distribución de las variables seleccionadas a lo largo del año, la técnica estadística que se aplica es el método X12-ARIMA que genera índices estacionales para cada periodo que pueden variar año tras año, lo cual representa una ventaja sobre otros métodos. Para la obtención de dichos índices estacionales, se supone una hipótesis multiplicativa, es decir, el factor estacional multiplica al resto de componentes de la serie (tendencia, ciclo y factor irregular). De esta forma los valores resultantes reflejan una influencia positiva de la estacionalidad sobre el crecimiento de la variable si está por encima de 1, negativa si es inferior a 1, y correspondiendo el valor 1 a la ausencia de estacionalidad. En este caso, se va a realizar la comparación de los índices estacionales para los años 2003 y 2009.

**Estudio del ciclo y la tendencia.**

El procedimiento aplicado para el aislamiento de los componentes de tendencia y ciclo consiste, en primer lugar, en desestacionalizar las series originales, dividiendo los valores originales por los correspondientes factores estacionales obtenidos tras el uso del método X12-ARIMA. De esta forma, resultan variables desestacionalizadas que están compuestas por tendencia, ciclo y componente irregular. En segundo lugar, para la extracción del componente de tendencia se utiliza el filtro de Hodrick-Prescott. Finalmente, el filtro se vuelve a aplicar sobre la serie sin tendencia y sin estacionalidad para captar el componente cíclico y eliminar el componente irregular.

La serie de tendencia obtenida tras aplicar el filtro de Hodrick-Prescott proviene de resolver el siguiente problema de optimización matemática sobre la variable desestacionalizada Yt:

$$Min\left\{\sum_{t=1}^{T}(y_t - t_t)^2 + \lambda\sum_{t=2}^{T}((t_{t+1} - t_t) - (t_t - t_{t-1}))^2\right\}$$

siendo λ un parámetro que penaliza la variabilidad del componente tendencia.

INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA

# Encuesta al SECTOR TURÍSTICO

La "Encuesta al sector turístico" forma parte del estudio del comportamiento de la actividad turística en Andalucía durante el año 2009 elaborado por el Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía. Tiene por finalidad principal captar la evolución de tales actividades y los puntos de vista de las empresas turísticas en dicho periodo.

Persona de contacto _____

Número de estrellas (si se trata de un establecimiento hotelero) _____

Dirección: _____

E-mail: _____

Fax: _____ Tfno.: _____

**1.** Exprese su opinión sobre el comportamiento del sector turístico en Andalucía durante 2009 con un valor de 1 a 5 *(el valor 1 representa la menor valoración)*

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

**2.** ¿En qué año cree que su empresa recuperará los niveles de ingresos previos a la crisis (marque una sóla respuesta)

| 2010 | 2011 | 2012 | posterior 2012 | No ha perdido niveles de ingresos |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

**3.** Indique en qué tipología turísticca situaría, en términos generales, a la mayoría de sus clientes (preferiblemente 1). En caso de respuesta múltiple indique el porcentaje aproximado cuya suma debe ser 100.

| | | % |
|---|---|---|
| TURISMO DE SOL Y PLAYA | ☐ | |
| TURISMO CULTURAL | ☐ | |
| TURISMO RURAL Y DE NATURALEZA | ☐ | |
| TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES | ☐ | |
| TURISMO DEPORTIVO | ☐ | |

OTROS, especifique cuál:

**4.** Indique el perfil del cliente en términos generales:

PROCEDENCIA DEL TURISTA:

Andalucía ○ Resto de España ○ Extranjero ○

NIVEL DE RENTA:

Medio ○ Medio-Alto ○ Alto ○ Muy alto ○

**5.** Indique el porcentaje de variación de las siguientes variables en su establecimiento en 2009, respecto al año anterior (si es negativa agregue el signo -)

| | % |
|---|---|
| CIFRA DE NEGOCIO (ventas) | |
| NÚMERO DE TRABAJADORES | |
| PRECIOS DE VENTA | |
| BENEFICIOS | |
| INVERSION | |

**6.** Señale la expectativa de crecimiento de su establecimiento en 2010, respecto a 2009, en relación a las siguientes variables:

CIFRA DE NEGOCIO (ventas)

| Aumentará notablemente | Aumentará ligeramente | Se mantendrá | Disminuirá ligeramente | Disminuirá fuertemente |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

NÚMERO DE TRABAJADORES

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

PRECIOS DE VENTA

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

BENEFICIOS

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

INVERSIÓN

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

*Se ruega enviar encuesta cumplimentada lo antes posible mediante fax al número 952 21 20 73 o mediante e-mail a la dirección de correo: aea@unicaja.es*

*Gracias de antemano por su colaboración.*

**Dirección postal:** Calle Molina Lario nº 13, 5ª planta. 29015 Málaga
Teléfono: 952 22 53 05. Fax: 952 21 20 73
e-mail: aea@unicaja.es

*El Instituto de Análisis Económico y Empresarial, garantiza la confidencialidad de los datos de carácter personal facilitados por los encuestados de acuerdo a la Ley Orgánicca 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de caracter personal (LPDO). Los datos aportados, no serán expuestos de forma individual en ningún caso garantizando nuestra entidad la plena confidencialidad de los mismos y respectando el derecho a la privacidad. Se informa que se pueden ejercitar los derechos de acceso, oposición, rectificación y cancelación de los datos facilitados mediante correo electrónico dirigido a aea@unicaja.es*