



**Informe anual  
del Turismo  
en Andalucía 2009**

**Instituto de Análisis Económico  
y Empresarial de Andalucía**



# Informe Anual del Turismo en Andalucía 2009

Instituto de Análisis Económico  
y Empresarial de Andalucía

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 M<sup>a</sup> DÍAZ MONTAÑEZ  
JOSÉ ALBERTO PÉREZ GUIRADO  
SILVIA PÉREZ JIMÉNEZ

-----

ELABORACIÓN:

INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA

C/ Molina Lario, 13-5<sup>o</sup>. 29015 Málaga  
Teléfono: 952 22 53 05. Fax: 952 21 20 73  
e-mail: [iaeea@centraldebalancesdeandalucia.org](mailto:iaeea@centraldebalancesdeandalucia.org)  
[www.institutoaeea.org](http://www.institutoaeea.org)



-----

PATROCINADORES:



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



**U**nicaja, 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 valores 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.

