



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 euro¹ 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 mundial² 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 España³ 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 Turísticos⁴, 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 continúa con los valores negativos comentados en 2008 y 2009.

El gasto de los turistas internacionales⁵ 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 residentes⁶ 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 turísticas⁷ 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 española⁸ 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 INE⁹ y la estimación para el año 2009 según Exceltur¹⁰ 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 residentes¹¹.

En términos macroeconómicos, según Exceltur¹² 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

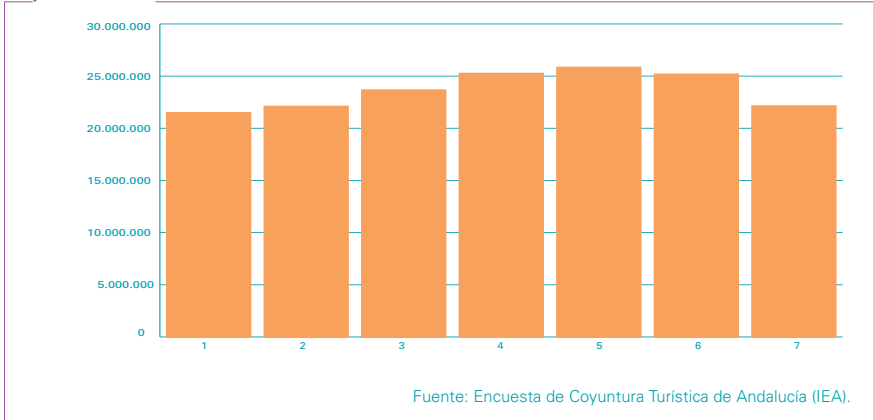
Número de turistas en Andalucía

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



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

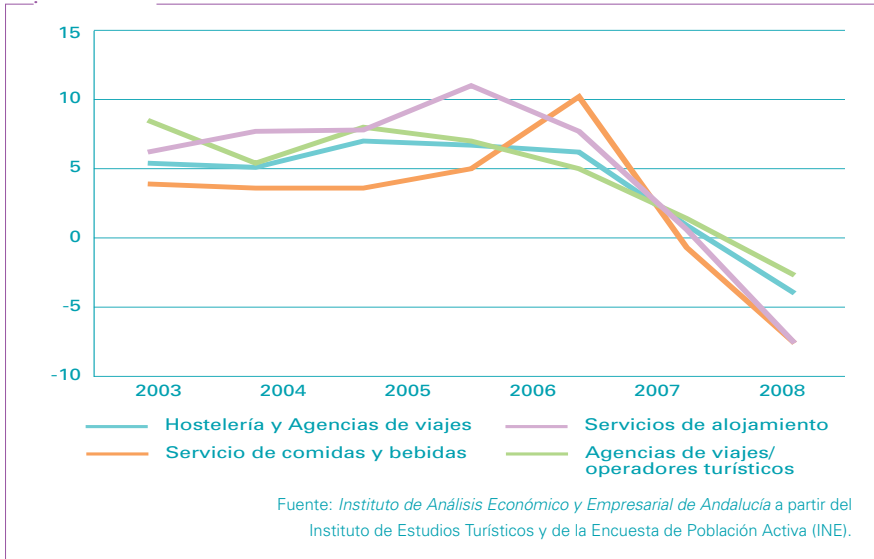
	Hostelería y Agencias de Viajes	Servicios de Alojamiento	Servicios de Comidas y Bebidas	Agencias de Viajes / Operadores Turísticos
2003	5,4	3,9	8,5	6,2
2004	5,1	3,6	5,4	7,7
2005	7,0	3,6	8,0	7,8
2006	6,7	5,0	7,0	11,0
2007	6,2	10,2	5,0	7,7
2008	0,9	-0,7	1,4	0,6
2009	-4,0	-7,6	-2,7	-7,6
Incremento anual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



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

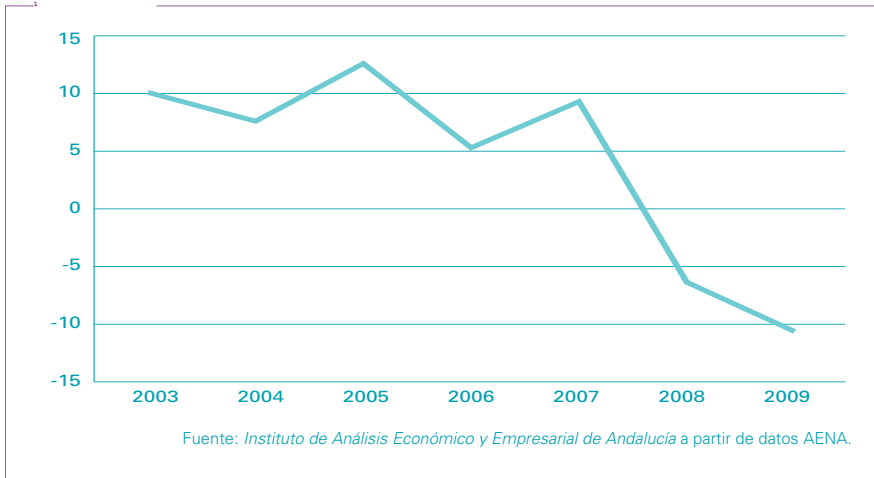
**Incremento anual del transporte aéreo en los aeropuertos andaluces
número de pasajeros**

	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



En el periodo 2003-2009 (Cuadro 2.9), el aeropuerto que continúa 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 Andalucía¹³.

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.**

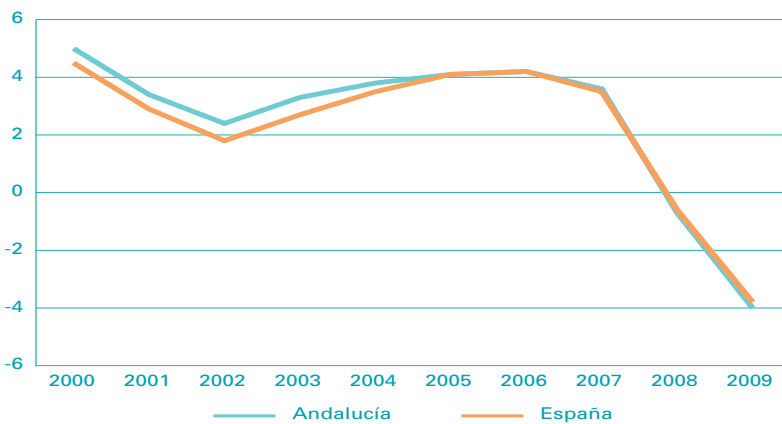
	Andalucía	España
1999	102,1	102,0
2000	107,2	106,6
2001	110,9	109,6
2002	113,5	111,6
2003	117,3	114,6
2004	121,7	118,6
2005	126,7	123,5
2006	132,0	128,6
2007	136,7	133,1
2008	135,8	132,3
2009	130,3	127,3

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.

Los 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.

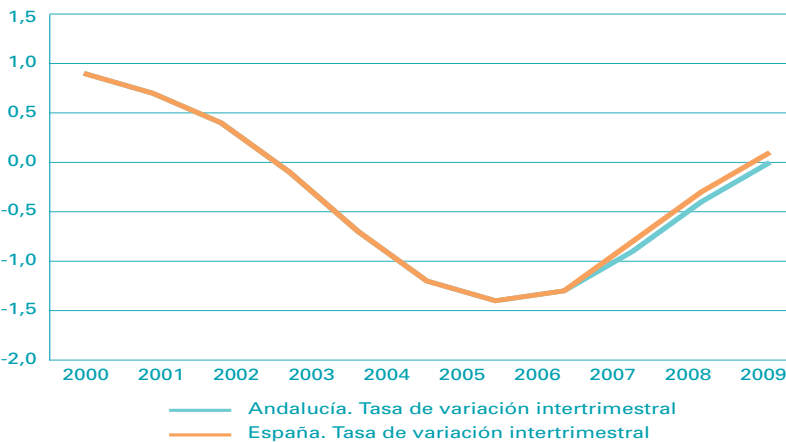
	Andalucía	España
2000	5,0	4,5
2001	3,4	2,9
2002	2,4	1,8
2003	3,3	2,7
2004	3,8	3,5
2005	4,1	4,1
2006	4,2	4,2
2007	3,6	3,5
2008	-0,7	-0,6
2009	-4,0	-3,8

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 Turístico¹⁴, 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.

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 tipologías¹⁵ 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

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.

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.

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 2.15

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.*

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 único¹⁶ 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 geográfica¹⁷ 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

