

CAPÍTULO 2

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA PROVINCIAL



2. IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA PROVINCIAL

La estructura productiva de la provincia de Almería, en línea con lo que ocurre a nivel regional y nacional, se ha ido transformando en las últimas décadas y las actividades del sector servicios cobran importancia. Utilizando como fuente el Directorio de Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IEA), en el año 2009 las actividades del sector servicios en Almería representan el 77,6 por ciento de los establecimientos con actividad económica frente al 80,2 por ciento de Andalucía; téngase en cuenta que esta fuente estadística no incorpora las actividades agrarias ni de las administraciones públicas. En la economía provincial, el sector de industria y energía supone el 7,5 por ciento, en términos de establecimientos, y la construcción el 15 por ciento. También conviene resaltar que Almería es la provincia que más aporta a la renta agraria de Andalucía, superando en 2009 los 1.700 millones de euros¹ que equivalen al 21,5 por ciento.

Según el Directorio de Establecimientos, en 2009 las actividades de servicios en Almería presentaban la siguiente estructura: Comercio (28,6 por ciento), Hostelería (8,6 por ciento), Servicios a empresas y otras actividades (30,2 por ciento), Transportes y Comunicaciones (7 por ciento) y Bancas y seguros (3,1 por ciento). El peso del sector hostelería sobre el conjunto de las actividades económicas de Almería se mantiene en torno al porcentaje indicado en los últimos cinco años y coincide también con el peso de la hostelería según el empleo en los establecimientos con actividad económica.

En este capítulo, como aproximación al papel del turismo en la economía local se trata, en primer lugar, de constatar el peso del turismo de Almería en el contexto regional. Posteriormente se miden los impactos económicos del gasto turístico en la provincia de Almería, tanto su valoración económica como las interrelaciones entre la actividad turística y el resto de sectores económicos. Se miden los impactos del gasto turístico sobre la producción, el valor añadido bruto, la remuneración de asalariados y las importaciones.

En principio, las diferentes variables utilizadas para medir el peso del turismo de Almería en la región conducen a resultados distintos. No obstante, las variables relativas a volumen de turistas, oferta hotelera, pernотaciones y empleo en empresas de alojamiento por su relación directa con la actividad

¹ Informe Anual del Sector Agrario de Andalucía 2009. *Analistas Económicos de Andalucía*.



turística pueden considerarse suficientemente representativas y nos indican que la relevancia turística de Almería gira en torno al 10 por ciento del turismo de Andalucía, aunque posteriormente se estima un porcentaje del 8,5 por ciento en función del gasto turístico directo. Siendo su peso bastante menor en la actividad relacionada con el tráfico aéreo.

Cuadro 2.1	
Peso del turismo de Almería en Andalucía, 2009	
	Porcentaje
Número de turistas	8,6
Pasajeros en tráfico aéreo	4,2
Llegadas turistas extranjeros por aeropuerto	3,3
Oferta hotelera (plazas)	11,8
Empleo en empresas de alojamiento	7,5
Pernoctaciones hoteleras	10,9

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir ECTA, AENA, EOH (INE).

Para estimar los impactos económicos del gasto turístico² en la economía provincial se incorporan los efectos directos e indirectos. Habitualmente este ejercicio se realiza en el ámbito regional, en este caso

² El cálculo de los impactos económicos en Almería necesita la aplicación de una metodología específica en el marco del análisis input-output, en el denominado modelo de Leontief. 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 se encuentra en la estabilidad en el tiempo de los coeficientes técnicos (a_{ij}). Siendo A la matriz de coeficientes técnicos y L la matriz inversa de Leontief, la ecuación se resuelve de la siguiente forma:

$$X = L * DF$$

Donde L = $[(I-A)^{-1}]$ 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) que tienen su origen en las sucesivas transacciones intersectoriales.

La siguiente fase del proceso de evaluación del impacto consiste en estimar los efectos sobre otras variables tales como; el valor añadido bruto, sobre las importaciones y sobre la remuneración de asalariados, mediante el uso de los denominados multiplicadores. Esta estimación exige disponer respectivamente de las matrices diagonales de los coeficientes de valor añadido, los coeficientes de importación y los coeficientes de remuneración de asalariados, realizando el cálculo de la siguiente manera:

$$Y_m = C_m * L * DF$$

Donde Y es el vector de impacto sobre la variable m (sea m el valor añadido o las importaciones, etc.) y Cm la matriz diagonal de coeficientes estimados sobre la variable m (calculados como la razón entre el valor de la variable m y la producción de la rama en cuestión). Los multiplicadores equivalen al resultado de multiplicar la matriz Cm por la matriz inversa L, y miden el valor de m para cada rama necesario para satisfacer una unidad de DF. El resultado, Y, es la cuantía de valor añadido, importaciones o de remuneraciones que ha sido necesaria para satisfacer una determinada demanda final.

se adapta la metodología a la provincia y la estimación se realiza también a partir del consumo turístico como principal componente de la demanda final turística. En este punto, conviene advertir que en el cálculo el vector de demanda final no incluye ni la formación bruta de capital ni el consumo de las Administraciones Públicas vinculado a la actividad turística, con lo cual los impactos reales del turismo sobre el conjunto de la economía local serán superiores a los presentados. No obstante, al ser el consumo turístico³ el principal componente del vector de demanda se entiende que los resultados son suficientemente significativos.

El gasto estimado de los turistas (gasto turístico directo) que en 2009 visitaron la provincia de Almería es de algo más de 1.316 millones de euros que representa el 8,42 por ciento del gasto turístico para el total de Andalucía. Una parte importante de este gasto turístico se atiende por la actividad de Hoteles y Restauración que en conjunto supone algo más del 60 por ciento, seguido de la actividad Servicios financieros empresariales y otros (principalmente compuesto por los Alquileres imputados a segundas viviendas) y Comercio, ambas actividades con más del 8 por ciento del gasto turístico total. Mientras que los sectores de Transportes y Alimentación generan juntos más del 10 por ciento del consumo de los turistas en Almería. La principal diferencia respecto al perfil del gasto de los turistas en el conjunto de Andalucía radica en que el gasto en Almería se concentra en mayor medida en Hoteles y Restauración. Este gasto turístico directo en 2009 (o efecto directo) termina generando un efecto total sobre la producción de más de 1.920 millones de euros para la economía en su conjunto. Esto implica que el 31,4 por ciento del efecto total se debe a efecto indirecto, lo que es indicativo de una repercusión sobre el resto de actividades económicas y es en este sentido en el que se considera al turismo como un importante motor de arrastre económico en la economía almeriense.

Cuadro 2.2		
Gasto turístico en Almería 2009		
Millones de euros		
Almería	Efecto directo	Reparto porcentual del gasto
Alimentación	67,62	5,14
Energía y agua, silvicultura y extractivas	29,02	2,20
Bienes de Consumo	33,01	2,51
Resto de la Industria	7,87	0,60
Construcción	3,55	0,27

³ Identificado como el gasto de los turistas en el territorio almeriense.



Comercio	106,97	8,12
Hoteles	443,36	33,67
Restauración	377,80	28,69
Transportes, anexos y comunicaciones	83,27	6,32
Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros	115,68	8,79
Servicios públicos, educación y sanidad	3,24	0,25
Ocio y cultura, servicios personales	45,29	3,44
Total	1.316,68	100,00

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*

Cuadro 2.3						
Impacto sobre la producción, 2009						
Millones de euros						
Almería	Efecto directo	Efecto Indirecto	Efecto total	Distribución porcentual del Impacto total	Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción	Participación de los efectos indirectos en el total por rama
Alimentación	67,62	104,61	172,23	8,97	17,31	60,74
Energía y agua, silvicultura y extractivas	29,02	51,26	80,28	4,18	8,48	63,85
Bienes de Consumo	33,01	21,90	54,91	2,86	3,62	39,89
Resto de la Industria	7,87	29,00	36,88	1,92	4,80	78,65
Construcción	3,55	48,07	51,62	2,69	7,96	93,12
Comercio	106,97	74,46	181,43	9,45	12,32	41,04
Hoteles	443,36	7,01	450,37	23,45	1,16	1,56
Restauración	377,80	5,15	382,95	19,94	0,85	1,34
Transportes, anexos y comunicaciones	83,27	72,39	155,66	8,10	11,98	46,50
Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros	115,68	174,39	290,07	15,10	28,86	60,12
Servicios públicos, educación y sanidad	3,24	2,77	6,01	0,31	0,46	46,03
Ocio y cultura, servicios personales	45,29	13,20	58,49	3,04	2,19	22,58
Total	1.316,68	604,23	1.920,90	100,00	100,00	31,46

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*

A partir del cálculo del efecto total, se observa como siguen manteniendo una importancia sobresaliente las ramas de Hoteles y Restauración que concentran juntas el 43,3 por ciento del efecto total de la producción. Y ganan peso, lógicamente en un marco de actividades más diversificado, las actividades de Servicios financieros y otros, Comercio y Alimentación. Este hecho se debe al elevado efecto de arrastre y a los efectos indirectos que el turismo ejerce sobre los sectores Comercio y

Alimentación, como proveedores de las actividades de Hoteles y Restauración. Los efectos se localizan con mayor intensidad en las ramas de Servicios financieros y otros, Alimentación, Comercio y Transportes.

Al comparar los resultados del impacto sobre la producción en Almería con los de Andalucía en 2009, se calcula el peso del turismo de la provincia de Almería en un 8,34 por ciento. Muy cercano al peso del consumo o gasto turístico inicial y algo menor que el peso del PIB de la provincia de Almería sobre el PIB regional que gira sobre el 9 por ciento. El Cuadro 2.4 permite realizar estas comparaciones a nivel de sectores de actividad, confirmando la mayor importancia relativa en los impactos totales sobre la producción de los sectores Hoteles y Restauración de la provincia de Almería, con porcentajes del 13,42 por ciento y 9,64 por ciento respectivamente.

Cuadro 2.4			
Impacto sobre la producción en Almería y Andalucía, 2009			
Millones de euros			
	Efecto total		Peso (%)
	Almería	Andalucía	Participación del impacto en Almería en el total por rama en Andalucía
Alimentación	172,23	2.818,19	6,1
Energía y agua, silvicultura y extractivas	80,28	1.118,34	7,2
Bienes de Consumo	54,91	832,45	6,6
Resto de la Industria	36,88	515,75	7,2
Construcción	51,62	624,26	8,3
Comercio	181,43	2.454,88	7,4
Hoteles	450,37	3.356,42	13,4
Restauración	382,95	3.974,51	9,6
Transportes, anexos y comunicaciones	155,66	2.601,88	6,0
Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros	290,07	3.627,71	8,0
Servicios públicos, educación y sanidad	6,01	261,56	2,3
Ocio y cultura, servicios personales	58,49	856,70	6,8
Total	1.920,90	23.042,64	8,3

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*

La estimación del impacto del gasto turístico sobre el valor añadido bruto de la economía provincial en 2009 se cifra en un VAB de 1.000,7 millones de euros, de los cuales el 28,75 por ciento corresponde a los efectos indirectos. El impacto total sobre VAB se concentra fundamentalmente, por orden de importancia, en el sector Hoteles, Servicios financieros y otros, Restauración y Comercio. Los efectos



totales del gasto turístico sobre el VAB de Almería representan el 8,57 por ciento del impacto total del turismo sobre el VAB de Andalucía. La Contabilidad Regional de España (INE) no ha facilitado aún los datos provinciales del PIB y sus componentes para el año 2009, no siendo posible precisar el peso del turismo sobre tal magnitud. Bajo el supuesto de que el peso de Almería sobre el PIB andaluz se mantenga igual que en los años precedentes (aproximadamente en el 9,5 por ciento), el impacto del gasto turístico sobre el VAB se situaría en torno al 7,5 por ciento del PIB principal de Almería. En el impacto total del gasto turístico en Almería sobre el VAB de la provincia, las ramas de Hoteles, Restauración y Servicios financieros y otros llegan a acumular el 67 por ciento de las rentas generadas, es decir, del valor añadido bruto.

Cuadro 2.5						
Impacto total sobre el Valor Añadido Bruto, 2009						
Millones de euros						
Almería	Efecto directo	Efecto indirecto	Efecto total	Distribución porcentual del Impacto total	Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción	Participación de los efectos indirectos en el total por rama (%)
Alimentación	21,96	39,03	61,00	6,1	13,6	64,0
Energía y agua, silvicultura y extractivas	0,95	15,79	16,74	1,7	5,5	94,3
Bienes de Consumo	10,53	6,22	16,75	1,7	2,2	37,1
Resto de la Industria	2,33	8,79	11,11	1,1	3,1	79,1
Construcción	1,40	17,37	18,77	1,9	6,0	92,6
Comercio	67,51	38,52	106,03	10,6	13,4	36,3
Hoteles	282,97	4,48	287,45	28,7	1,6	1,6
Restauración	181,57	2,47	184,05	18,4	0,9	1,3
Transportes, anexas y comunicaciones	33,50	34,09	67,59	6,8	11,9	50,4
Serv. financieros y seguros, serv. empresas y otros	87,94	113,48	201,42	20,1	39,5	56,3
Sv. públicos, educación y sanidad	1,93	1,67	3,59	0,4	0,6	46,3
Ocio y cultura, servicios personales	20,45	5,75	26,20	2,6	2,0	21,9
Total	713,04	287,66	1.000,70	100,0	100,0	28,7

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía.*

El análisis del impacto del turismo sobre la economía de Almería en 2009 se completa con la evaluación de su efecto sobre la remuneración de los asalariados, como parte fundamental del valor añadido bruto, y con el impacto total sobre las importaciones almerienses. El valor de la remuneración de asalariados generado por la actividad de los turistas en Almería se estima en 442,7 millones de euros, siendo el efecto indirecto un 28,9 por ciento del efecto total; también estos resultados aparecen desagregados por ramas de actividad y el peso del impacto total sobre la remuneración de asalariados

en Almería es un 8,7 por ciento respecto al impacto estimado en Andalucía. En cuanto al impacto en 2009 sobre las importaciones, se evalúa en 291,5 millones de euros que se interpretan como el total de importaciones necesarias para atender el consumo de los turistas en la provincia de Almería. En este caso el porcentaje de los efectos indirectos sobre el efecto total es mayor respecto al resto de magnitudes estudiadas, alcanza un 36,7 por ciento. El arrastre indirecto de las actividades del turismo sobre las importaciones es, por tanto, superior al considerado sobre el valor añadido bruto, al igual que sucede para el total de la región andaluza, pero que en Almería alcanza un peso más elevado, en prácticamente seis puntos porcentuales. Las actividades en las que el turismo ha generado mayores importaciones son Restauración, Alimentación y Energía y otros; aunque los Transportes y el Comercio también poseen un importante efecto indirecto sobre sus importaciones. Estas cifras tienen un indudable interés, puesto que ayuda a precisar en cuánto participan las actividades del turismo en un mayor nivel de dependencia exterior de la economía almeriense y que a primera instancia no es percibida, sino generada en su mayor parte por los influjos indirectos del gasto turístico.



Cuadro 2.6

Impacto total sobre la remuneración de asalariados, 2009

Millones de euros

Almería	Efecto Directo	Efecto Indirecto	Efecto Total	Distribución porcentual del Impacto total	Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción	Participación de los efectos indirectos en el total por rama (%)	Impacto total sobre remuneración de asalariados en Andalucía	Peso sobre Andalucía del Impacto sobre Almería en RA
Alimentación	9,80	14,94	24,74	5,6	11,6	60,4	399,44	6,2
Energía y agua, silvicultura y extractivas	0,10	4,48	4,58	1,0	3,5	97,8	80,79	5,7
Bienes de Consumo	6,38	3,68	10,06	2,3	2,9	36,6	155,30	6,5
Resto de la Industria	1,67	5,59	7,26	1,6	4,4	77,0	101,54	7,2
Construcción	0,85	10,40	11,25	2,5	8,1	92,5	133,96	8,4
Comercio	37,90	19,69	57,59	13,0	15,3	34,2	746,61	7,7
Hoteles	122,84	1,94	124,78	28,2	1,5	1,6	929,92	13,4
Restauración	95,93	1,31	97,24	22,0	1,0	1,3	1.009,19	9,6
Transportes, anexos y comunicaciones	16,68	13,98	30,66	6,9	10,9	45,6	507,12	6,0
Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros	8,14	47,15	55,29	12,5	36,8	85,3	658,53	8,4
Servicios públicos, educación y sanidad	0,92	1,23	2,15	0,5	1,0	57,2	112,74	1,9
Ocio y cultura, servicios personales	13,22	3,90	17,12	3,9	3,0	22,8	221,45	7,7
Total	314,42	128,30	442,72	100,0	100,0	29,0	5.056,58	8,8

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*

Cuadro 2.7

Impacto total sobre las importaciones, 2009

Millones de euros

Almería	Efecto Directo	Efecto Indirecto	Efecto Total	Distribución porcentual del Impacto total	Distribución porcentual de los efectos indirectos sobre la producción	Participación de los efectos indirectos en el total por rama (%)	Impacto total sobre las importaciones en Andalucía	Peso sobre Andalucía del Impacto sobre Almería en importaciones (%)
Alimentación	17,23	23,55	40,78	14,0	22,0	57,7	608,72	6,7
Energía y agua, silvicultura y extractivas	19,29	19,71	39,00	13,4	18,4	50,5	485,06	8,0
Bienes de Consumo	11,41	8,28	19,70	6,8	7,7	42,1	299,92	6,6
Resto de la Industria	2,83	9,25	12,08	4,1	8,6	76,6	158,32	7,6
Construcción	0,72	8,23	8,95	3,1	7,7	92,0	105,35	8,5
Comercio	6,31	10,67	16,98	5,8	10,0	62,8	273,93	6,2
Hoteles	33,96	0,54	34,49	11,8	0,5	1,6	257,06	13,4
Restauración	67,61	0,92	68,53	23,5	0,9	1,3	711,24	9,6
Transportes, anexos y comunicaciones	18,33	13,72	32,05	11,0	12,8	42,8	532,07	6,0
Servicios financieros y seguros, servicios empresas y otros	1,47	10,31	11,77	4,0	9,6	87,6	142,95	8,2
Servicios públicos, educación y sanidad	0,37	0,21	0,58	0,2	0,2	36,3	22,40	2,6
Ocio y cultura, servicios personales	4,95	1,64	6,58	2,3	1,5	24,8	69,34	9,5
Total	184,47	107,04	291,50	100,0	100,0	36,7	3.666,36	8,0

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*