

## CAPÍTULO 3

# DEMANDA TURÍSTICA, PERFIL DEL TURISTA Y SEGMENTACIÓN



### 3. DEMANDA TURISTICA, PERFIL DEL TURISTA Y SEGMENTACION

El análisis de la demanda turística se aborda desde tres puntos de vista particulares: la demanda turística según el flujo y las características del turista, el perfil del turista según la segmentación de la demanda y el estudio de la estacionalidad. El estudio de las características del turista en la provincia de Almería se lleva a cabo a partir de los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), bajo una perspectiva temporal muy amplia que abarca el periodo 1999-2009. Las variables objeto de atención son el número de turistas, las pernoctaciones hoteleras, la estancia media, el motivo principal del viaje, el gasto medio diario y la calificación del viaje. Este apartado incorpora el análisis cíclico del comportamiento de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros en el periodo 1999-2010 (junio).

La provincia de Almería recibió en el año 2009 un flujo turístico equivalente al 9 por ciento del número de turistas que visitaron Andalucía. En valor absoluto significa un número de turistas próximo a los dos millones, en concreto 1,97 millones. En el contexto regional ocupa la quinta posición según esta variable. A lo largo del periodo 1999-2009 Almería crece a una tasa promedio anual inferior a la de Andalucía en medio punto porcentual. Además, la estancia media del turista en la provincia de Almería, de 7 días, no sólo es inferior a la de Andalucía sino que también ha experimentado un retroceso bastante más intenso que la región entre el año 1999 y 2009.

| Cuadro 3.1              |              |
|-------------------------|--------------|
| Número de turistas 2009 |              |
| Número de turistas      | 21.991.648   |
|                         | %            |
| <b>Almería</b>          | <b>9,0</b>   |
| Cádiz                   | 15,0         |
| Córdoba                 | 5,0          |
| Granada                 | 14,0         |
| Huelva                  | 8,0          |
| Jaén                    | 3,0          |
| Málaga                  | 34,0         |
| Sevilla                 | 12,0         |
| <b>Andalucía</b>        | <b>100,0</b> |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.



| Cuadro 3.2  |   |                                 |      |                    |
|---|---|---------------------------------|------|--------------------|
| Evolución del número de turistas y de la estancia media 1999-2009 |   |                                 |      |                    |
|   | Número de turistas                        | Estancia media (número de días) |      | Tasa Variación (%) |
|   | Tasa de crecimiento medio anual 1999-2009 | 1999                            | 2009 | 1999/09            |
| Andalucía   | 1,7                                       | 10,3                            | 8,3  | -18,9              |
| Almería   | 1,3                                       | 10,2                            | 7,0  | -31,1              |
| Diferencia crecimiento  | -0,5                                      | -                               | -    | -                  |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.

En 2009, el número de turistas que visitaron Andalucía fue de 22,09 millones y el flujo turístico experimentó una caída del -12,1 por ciento, bastante más intensa que la del año 2008. Según el peso de Almería en el flujo turístico de Andalucía, que pasa del 8,9 por ciento en 2008 al 8,5 por ciento en 2009, la evolución en 2009 implicaría un descenso del -16,1 por ciento, con un número de turistas aproximados de 1,87 millones. El flujo turístico registra un impacto negativo más intenso en la demanda turística regional y provincial respecto a la nacional.

| Cuadro 3.3  |            |                      |                     |
|---|------------|----------------------|---------------------|
| Número de turistas en Andalucía y peso en Almería |            |                      |                     |
| Años  | Turistas   | Incremento anual (%) | Peso de Almería (%) |
| 2003  | 21.451.138 | 2,1                  | 11,0                |
| 2004  | 22.065.330 | 2,9                  | 11,4                |
| 2005  | 23.629.187 | 7,1                  | 11,9                |
| 2006  | 25.221.896 | 6,7                  | 9,3                 |
| 2007  | 25.801.467 | 2,3                  | 8,6                 |
| 2008  | 25.146.117 | -2,5                 | 8,9                 |
| 2009  | 22.099.888 | -12,1                | 8,5                 |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (INE).

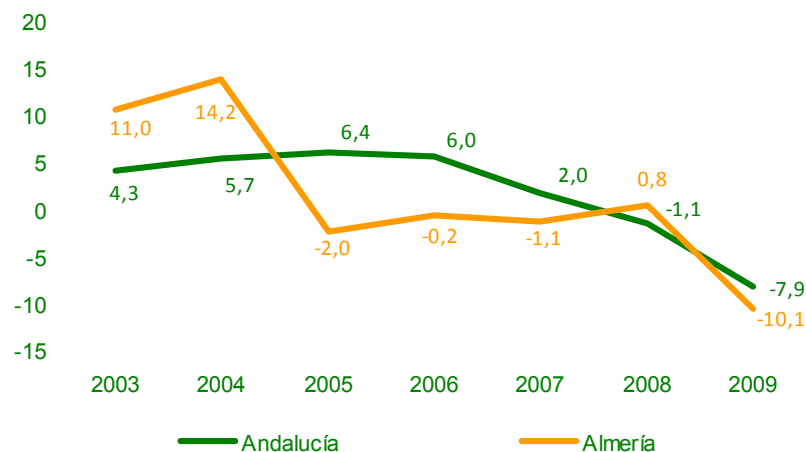
La evolución del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en 2009 también señala un comportamiento más negativo en la provincia de Almería, del -10,1 por ciento, respecto a Andalucía, con caída del -7,9 por ciento, aunque Almería en el año 2008 llegó a registrar una tasa positiva de crecimiento de las pernoctaciones. Acumulando 2008-2009, el deterioro en las pernoctaciones hoteleras en Andalucía se eleva al -9 por ciento mientras que en Almería es del -9,3 por ciento. En 2009, Almería tuvo un total de 4,41 millones de pernoctaciones hoteleras. Con una perspectiva

temporal más amplia, también el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras de Almería en el periodo 2003-2009 fue inferior al de Andalucía, del orden de 0,4 puntos porcentuales como incremento medio anual del periodo. El perfil evolutivo es bien diferente entre Andalucía y Almería.

| Cuadro 3.4   |  |           |         |
|--|--|-----------|---------|
| Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros, 2003-2009 |  |           |         |
| Incrementos anuales (porcentaje)   |  |           |         |
| Años   |  | Andalucía | Almería |
| 2003   |  | 4,3       | 11,0    |
| 2004   |  | 5,7       | 14,2    |
| 2005   |  | 6,4       | -2,0    |
| 2006   |  | 6,0       | -0,2    |
| 2007   |  | 2,0       | -1,1    |
| 2008   |  | -1,1      | 0,8     |
| 2009   |  | -7,9      | -10,1   |
| <b>Incremento medio anual 2003-2009</b>                                  |  | 2,2       | 1,8     |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

GRÁFICO 3.1  
Evolución pernoctaciones hoteleras



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía (AEA)* a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EHO).

Conviene incorporar la distribución territorial de las pernoctaciones hoteleras según los destinos de ciudad, litoral e interior, con objeto de contrastar la evolución de dicha variable en tales destinos. En el año 2009, para el caso de la provincia de Almería es interesante señalar que mientras las



pernoctaciones hoteleras disminuían en los destinos de costa en un -9,8 por ciento, en los hoteles de la ciudad de Almería aumentaron en un 2,9 por ciento; en términos comparativos, la evolución de las pernoctaciones con destino costa ha sido más desfavorable en la provincia de Almería y la evolución en la ciudad de Almería resulta bastante más positiva frente a los destinos de ciudad del conjunto de Andalucía. Aún más destacable resulta el dato sobre variación anual de las pernoctaciones hoteleras en la ciudad de Almería en 2008 que se elevó hasta el 22,5 por ciento en un contexto ya de crisis económica; hecho que, con menor intensidad, también se repite en el año 2007. Los destinos de costa en el ámbito regional han experimentado un crecimiento desigual en 2009, siendo la Costa de Almería y la Costa del Sol los destinos de litoral con evolución más desfavorable, con disminuciones de las pernoctaciones en torno al -10 por ciento. En el caso de la Costa de Almería las pernoctaciones hoteleras de los residentes en el extranjero sufren un notable impacto negativo en comparación con la demanda nacional.

| Cuadro 3.5                              |          |      |      |       |  |
|---|----------|------|------|-------|--|
| Pernoctaciones hoteleras según destinos |          |      |      |       |  |
| Incremento anual (porcentaje)           |          |      |      |       |  |
|   |          | 2007 | 2008 | 2009  |  |
| Almería                                 | Costa    | 2,2  | 0,4  | -9,8  |  |
|   | Ciudad   | 11,3 | 22,5 | 2,9   |  |
|   | Interior | --   | --   | --    |  |
|   | Total    | -1,1 | 0,8  | -10,1 |  |
| Andalucía                               | Costa    | 2,9  | 1,0  | -8,1  |  |
|   | Ciudad   | 3,0  | -3,9 | -3,2  |  |
|   | Interior | -1,2 | -3,9 | -17,0 |  |
|   | Total    | 2,0  | -1,1 | -7,9  |  |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

| Cuadro 3.6                                       |                      |                             |       |                      |                             |       |                      |                             |       |
|--|----------------------|-----------------------------|-------|----------------------|-----------------------------|-------|----------------------|-----------------------------|-------|
| Pernoctaciones hoteleras según destinos de costa |                      |                             |       |                      |                             |       |                      |                             |       |
| Incremento anual (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 |
| Costa de Almería                                 | -0,3                 | -4,4                        | -1,4  | 3,1                  | -6,7                        | 0,4   | -4,8                 | -24,8                       | -9,8  |
| Costa La Luz Cádiz                               | 8,0                  | 0,3                         | 4,9   | -4,1                 | -4,4                        | -4,2  | -2,4                 | -6,4                        | -3,9  |
| Costa Tropical (Granada)                         | -2,5                 | 1,8                         | -0,9  | -8,2                 | -3,3                        | -6,4  | 18,8                 | -43,9                       | -5,3  |
| Costa La Luz (Huelva)                            | 2,4                  | -3,1                        | 0,8   | -1,9                 | 12,7                        | 2,2   | 6,9                  | -13,8                       | 0,4   |
| Costa del Sol (Málaga)                           | -4,9                 | 3,7                         | 0,4   | 2,9                  | 3,8                         | 3,4   | -5,2                 | -13,8                       | -10,7 |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

Entre los turistas que visitan la provincia de Almería en 2009, la motivación vacaciones u ocio es más acentuada que en Andalucía en ocho puntos porcentuales. Este motivo principal del turista ha crecido en el periodo 1999-2009 a una tasa ligeramente inferior a la de Andalucía, con la particularidad de que se observa un mayor dinamismo respecto a la región en la tasa de variación media de la motivación negocios, asistencia a feria y congresos. En cuanto al gasto medio diario del turista que visita la provincia de Almería en 2009 fue de 57,7 euros, del orden de 2,5 euros inferior al de Andalucía pero superior a los de otros destinos de litoral como Málaga y Huelva. En estos destinos uno de los principales retos turísticos es el de incrementar el gasto total del turista<sup>4</sup>. En este sentido, la evolución del gasto medio del turista entre 1999 y 2009 es bastante más favorable en Almería respecto a Andalucía, su tasa de variación en este periodo duplica a la de la región.

**Cuadro 3.7**

**Distribución porcentual de los turistas según el motivo principal del viaje. Año 2009**

|   | Almería | Andalucía |
|---|---------|-----------|
| Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones | 1,2     | 3,1       |
| Vacaciones u ocio                                       | 96,5    | 88,4      |
| Visita a familiares y amigos                            | 1,7     | 6,3       |
| Otros   | 0,6     | 2,2       |
| Total   | 100     | 100       |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.

**Cuadro 3.8**

**Motivo principal del viaje**

|   | Número de turistas |            | Tasa de variación promedio |
|---|--------------------|------------|----------------------------|
|   | 1999               | 2009       | 1999/09                    |
| <b>Almería</b>  |                    |            |                            |
| Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones | 18.227             | 22.585     | 2,2                        |
| Vacaciones u ocio                                       | 1.433.271          | 1.816.235  | 2,4                        |
| <b>Andalucía</b>  |                    |            |                            |
| Negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones | 647.921            | 681.741    | 0,5                        |
| Vacaciones u ocio                                       | 15.105.824         | 19.440.617 | 2,6                        |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.

<sup>4</sup> Conviene tener en cuenta que a nivel regional el gasto medio de los turistas procedentes de Andalucía es de 55,6 euros, el de los turistas procedentes del Resto de España de 60 euros, el de la UE de 62,8 euros y los del Resto del Mundo de 65,6 euros.



| Cuadro 3.9                          |              |
|-------------------------------------|--------------|
| Gasto medio diario del turista 2009 |              |
| Euros                               |              |
| Almería                             | 57,69        |
| Cádiz                               | 61,09        |
| Córdoba                             | 74,46        |
| Granada                             | 72,77        |
| Huelva                              | 47,63        |
| Jaén                                | 86,36        |
| Málaga                              | 49,19        |
| Sevilla                             | 68,48        |
| <b>Andalucía</b>                    | <b>60,18</b> |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.

| Cuadro 3.10                       |                            |       |                       |
|-----------------------------------|----------------------------|-------|-----------------------|
| Gasto medio del turista 1999-2009 |                            |       |                       |
|                                   | Gasto medio diario (euros) |       | Tasa de Variación (%) |
|                                   | 1999                       | 2009  | 1999/09               |
| Andalucía                         | 43,75                      | 60,18 | 37,6                  |
| Almería                           | 31,71                      | 57,69 | 81,9                  |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.

En cuanto a la calificación del viaje de los turistas que visitaron la provincia, el indicador sintético de percepción apunta que su grado de satisfacción, de 7,7 sobre 10, es superior al correspondiente a Andalucía, sobre todo en el año 2009; si se tiene en cuenta el periodo 1999-2009, el promedio del índice sintético de percepción de Almería es ligeramente inferior al de Andalucía. Aunque los datos ponen de manifiesto que los valores actuales (2008, y 2009) del indicador sintético de percepción en el caso de Andalucía son inferiores al promedio de 1999-2009, mientras que en el caso de Almería el valor del año 2008 se sitúa en la media y el de 2009 lo supera en medio punto porcentual.

**Cuadro 3.11**  
**Calificación del viaje realizado**

|  | 2008       |           | 2009       |            |
|--|------------|-----------|------------|------------|
|  | Almería    | Andalucía | Almería    | Andalucía  |
| Alojamiento                              | 7,8        | 7,9       | 8          | 7,8        |
| Restauración                             | 7,2        | 7,4       | 7,8        | 7,4        |
| Ocio-diversión                           | 7,2        | 7         | 7,8        | 7,2        |
| Transportes públicos:                    |            |           |            |            |
| Autobuses                                | 7,4        | 7,1       | 7,3        | 6,9        |
| Trenes                                   | 6,4        | 6,5       | 6,3        | 6,4        |
| Taxis                                    | 6,8        | 6,1       | 6,8        | 6,3        |
| Alquiler de coches                       | 7,3        | 6,6       | 7,2        | 6,5        |
| Calidad de la oferta turística:          |            |           |            |            |
| Playas                                   | 7,7        | 7,2       | 8          | 7,3        |
| Paisajes y Parques naturales             | 7,9        | 8         | 8,2        | 7,8        |
| Entornos urbanos                         | 7,3        | 7,4       | 7,9        | 7,4        |
| Seguridad ciudadana                      | 7          | 7,1       | 7,9        | 7,4        |
| Asistencia sanitaria                     | 6,8        | 6,7       | 7,3        | 6,8        |
| Atención y trato                         | 7,5        | 7,8       | 8,1        | 7,9        |
| Relación precio/servicio                 | 7,8        | 7,4       | 7,9        | 7,5        |
| Red de comunicaciones                    | 7,3        | 7,1       | 7,8        | 7,3        |
| Limpieza                                 | 6,9        | 6,6       | 7,8        | 6,7        |
| Nivel del tráfico                        | 6,9        | 6,4       | 7,5        | 6,3        |
| Señalización turística                   | 7,1        | 6,8       | 7,3        | 7          |
| Información turística                    | 7,1        | 7         | 7,5        | 7,1        |
| Patrimonio cultural                      | 7          | 7,3       | 7,5        | 7,5        |
| Infraestructura para la práctica el golf | 7,3        | 6,4       | 8,1        | 6,1        |
| Puertos y actividades náuticas           | 7,6        | 7,3       | 8,4        | 6          |
| <b>Índice sintético de percepción</b>    | <b>7,2</b> | <b>7</b>  | <b>7,7</b> | <b>7,1</b> |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.

**Cuadro 3.12**  
**Índice sintético de percepción**

|          | Almería    | Andalucía  |
|----------|------------|------------|
| 1999     | 7,6        | 7,8        |
| 2000     | 7,7        | 7,9        |
| 2001     | 7,7        | 7,9        |
| 2002     | 7,2        | 7,7        |
| 2003     | 7,3        | 7,7        |
| 2004     | 6,8        | 7,7        |
| 2005     | 7,1        | 7,8        |
| 2006     | 7,4        | 7,6        |
| 2007     | 5,5        | 7,3        |
| 2008     | 7,2        | 7          |
| 2009     | 7,7        | 7,1        |
| Promedio | <b>7,2</b> | <b>7,6</b> |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. IEA.



Con la referencia del año 2009, se pueden analizar las calificaciones de los turistas sobre los diferentes aspectos relacionados con su visita a la provincia de Almería. Los resultados más positivos se pueden clasificar de la siguiente forma:

- Aspecto con muy alta valoración (8 o superior):

- ✓ Puertos y actividades náuticas.
- ✓ Paisajes y parques naturales.
- ✓ Infraestructuras para la práctica del golf.
- ✓ Atención y trato.
- ✓ Alojamiento.
- ✓ Playas.

- Aspectos con valoración alta (superior a la media 7,7 e inferior a 8):

- ✓ Seguridad ciudadana.
- ✓ Relación precio/servicio.
- ✓ Calidad de la oferta: entorno urbano.
- ✓ Restauración.
- ✓ Red de comunicaciones.
- ✓ Ocio-diversión.
- ✓ Limpieza.

Del resto de cuestiones valoradas por el turista, hay cinco con calificaciones entre 7,2 y 7,5. Las relativamente peor calificadas son las relacionadas con los transportes públicos, en particular trenes y taxis, aunque con notas superiores a seis.

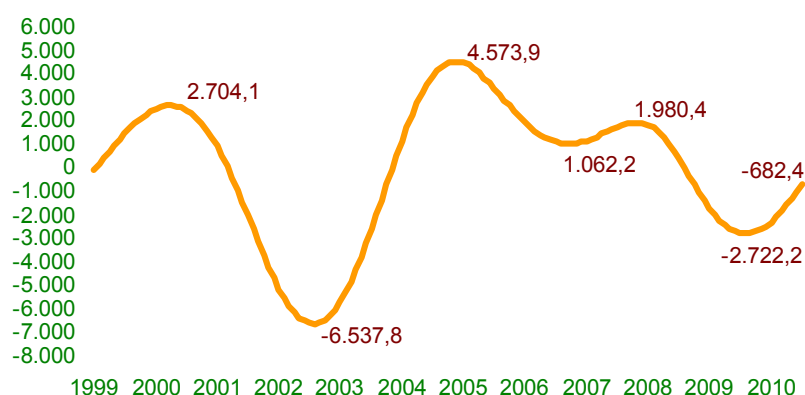
El primer apartado sobre la demanda turística finaliza con el análisis cíclico de las pernoctaciones hoteleras. A continuación, desde un punto de vista cuantitativo y con una visión temporal amplia se analiza las condiciones del ciclo turístico en la provincia de Almería<sup>5</sup>, siempre con la referencia del ciclo de Andalucía y de España. Como aproximación a la actividad turística se emplea la variable pernoctaciones hoteleras, en el periodo 1999-2010 (junio) y con datos mensuales. El Gráfico 3.2 recoge el componente cíclico de las pernoctaciones hoteleras en Almería durante enero 1999-junio

---

<sup>5</sup> El procedimiento estadístico utilizado para la obtención de los componentes de ciclo y tendencia, se inicia aislando el componente de estacionalidad de las series de pernoctaciones mediante el método X12-ARIMA. Posteriormente, se obtienen las series desestacionalizadas dividiendo las series 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. Finalmente, para el aislamiento y extracción de los componentes de tendencia y ciclo se utiliza el filtro de Hodrick-Prescott.

2010; como se tendrá ocasión de comprobar el perfil cíclico en Almería muestra diferencias significativas respecto a Andalucía y España. Este componente cíclico capta los movimientos a medio plazo que se repiten de forma periódica.

GRÁFICO 3.2  
Ciclo de las pernoctaciones totales en Almería  
(Enero 1999 - Julio 2010)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH (INE).

\* La serie original se obtiene multiplicando el factor estacional por la suma de la tendencia, el ciclo y el componente irregular.

La descripción del comportamiento cíclico de las pernoctaciones hoteleras en Almería, Andalucía y España permite distinguir la presencia de dos periodos donde el componente cíclico ha realizado aportaciones positivas a la variable pernoctaciones, y otros dos intervalos temporales donde las contribuciones han sido negativas. En el caso de Almería, los periodos de aportaciones positivas son los comprendidos entre enero de 1999 y marzo del 2001, y desde diciembre del 2003 hasta agosto del 2008. A partir de septiembre del 2008, al igual que en España y con dos meses de adelanto con respecto a Andalucía, las contribuciones del ciclo a las pernoctaciones se convierten en negativas, alcanzando su máximo valor en agosto del 2009. Hay que destacar que el primer periodo de aportaciones negativas presenta una duración de 2 años y 8 meses en la provincia Almería, que es inferior en 13 meses a la duración registrada en España y en Andalucía. Además, en Almería la duración del último periodo de expansión es superior, 16 y 21 meses al observado en Andalucía y en España, respectivamente. De cualquier forma, para poder comparar con más nitidez los efectos del



ciclo sobre las pernoctaciones hoteleras en Almería, Andalucía y España se calculan los porcentajes del componente cíclico sobre la serie original, una vez descontado el efecto del componente estacional.

GRÁFICO 3.3  
Aportaciones del ciclo a las pernoctaciones (Enero 1999 - Julio 2010)  
(Porcentaje del componente cíclico sobre la serie original)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de datos de la EOH (INE).

Así pues, se constata que, aunque el primer periodo depresivo haya sido de menor duración en Almería, su intensidad ha sido superior ya que en la mayoría de los meses se han registrado aportaciones del ciclo a la serie de pernoctaciones que han superado el -1 por ciento, circunstancia que no ha ocurrido en ningún momento ni en Andalucía ni en España. La fase más crítica del periodo depresivo, en la serie de pernoctaciones para Almería, se produjo en el año 2002 donde en todos los meses de las aportaciones del ciclo se situaron en torno al -2 por ciento. En cuanto al segundo periodo de expansión de la variable, las mayores aportaciones positiva se registran en el último cuatrimestre del 2004, llegando a superar ligeramente el 1 por ciento. En los casos de España y Andalucía los mayores valores también giran en torno al 1 por ciento, aunque al contrario que en Almería ahora se sitúan en el 2007. El último periodo depresivo muestra un comportamiento más homogéneo en las tres zonas consideradas, aunque las semejanzas son mayores entre España y Almería. Así, las aportaciones negativas en Almería van creciendo en términos absolutos hasta diciembre del 2009, sin llegar a superar el -1 por ciento. A partir de diciembre empiezan a decrecer, siendo prácticamente inapreciables en julio del 2010 (-0,16 por ciento). En España, la evolución es

similar, la única diferencia significativa respecto a Almería es que el punto más crítico dentro del periodo recesivo se produce en septiembre del 2009. La recuperación observada en España y en Almería, no se confirma en Andalucía ya que a mediados del 2010 aún sigue manteniendo contribuciones del ciclo a la serie cercanas al -1 por ciento.

En definitiva, las diferencias en las fases del ciclo en Almería respecto a Andalucía y España son más acusadas en los últimos periodos de contracción y expansión. Se observa, en cambio, una mayor homogeneidad en los tres destinos en la fase contractiva actual que en el caso de Almería se inició en septiembre de 2008 y alcanzó su máxima caída en agosto de 2009. Aunque hay que precisar el comentario puesto que en la fase contractiva actual se detecta aún una mayor semejanza en el comportamiento cíclico de las pernoctaciones hoteleras de Almería y de España.

El segundo tema dentro del estudio de la demanda turística es el relativo al perfil del turista según la segmentación de la demanda. Para la segmentación de la demanda turística existente en la provincia de Almería, se puede establecer un primer criterio donde se distribuyan los flujos turísticos en función de si el destino es el interior de la provincia o la costa, incluyéndose dentro del litoral a la ciudad de Almería. De esta forma, y a partir de la información proporcionada por los microdatos de la Encuesta de Coyuntura Turística para el año 2009 (IEA, 2009), es posible establecer unas clasificaciones de los turistas en función de sus rasgos sociodemográficos y del tipo de viaje que realizan. El Cuadro 3.13 reproduce las características personales del turista que visita la provincia de Almería en 2009. El perfil de este turista es el siguiente: la proporción de varones es ligeramente superior a la de mujeres, predomina el grupo de turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años (siendo el tramo de edad 45-64 años, el segundo en importancia), el colectivo nacional más representativo es el turista español seguido del turista británico y la situación económica más representativa es la de estar trabajando (con un colectivo jubilado muy significativo). Respecto al perfil general del turista descrito anteriormente, los visitantes que se alojan en destinos de litoral presentan unas características muy similares en cuanto a sexo, edad (inferior levemente la del colectivo 30-44 años), nacionalidad (ligeramente superior la presencia de turistas alemanes y británicos) y actividad económica (con un aumento de la presencia de jubilados).



| Cuadro 3.13                      |                    |                     |           |
|----------------------------------|--------------------|---------------------|-----------|
| Características personales, 2009 |                    |                     |           |
| Porcentaje                       |                    |                     |           |
|                                  | Litoral de Almería | Interior de Almería | Provincia |
| <b>Sexo</b>                      |                    |                     |           |
| Varón                            | 54,46              | 58,16               | 54,71     |
| Mujer                            | 45,54              | 41,84               | 45,29     |
| <b>Edad</b>                      |                    |                     |           |
| Entre 18-29                      | 12,80              | 11,11               | 12,68     |
| Entre 30-44                      | 40,46              | 60,13               | 41,80     |
| Entre 45-64                      | 30,05              | 23,52               | 29,60     |
| 65 o más                         | 16,67              | 5,22                | 15,89     |
| <b>Nacionalidad</b>              |                    |                     |           |
| España                           | 77,06              | 85,62               | 77,64     |
| Alemania                         | 4,87               | 3,26                | 4,76      |
| Reino Unido                      | 9,07               | 5,22                | 8,81      |
| Resto del mundo                  | 8,98               | 5,88                | 8,77      |
| <b>Actividad económica</b>       |                    |                     |           |
| Trabajando                       | 68,69              | 88,15               | 70,02     |
| Parado                           | 2,94               | 1,97                | 2,88      |
| Estudiante                       | 3,04               | 0,65                | 2,88      |
| Jubilado                         | 21,54              | 7,23                | 20,56     |
| Labores del hogar                | 3,67               | 1,97                | 3,55      |
| Otra                             | 0,09               | -                   | 0,09      |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.

Los turistas que visitan el interior de la provincia de Almería presentan algunas diferencias significativas, con respecto a los que se alojan en la costa. Así, en primer lugar, se incrementa la diferencia positiva entre los porcentajes de varones y mujeres. En segundo lugar, se produce un significativo aumento de los turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años, en detrimento de los colectivos de turistas con edades superiores a los 45 años. En cuanto a la nacionalidad, en el interior se produce un aumento de los turistas españoles y una caída significativa de los turistas británicos, cuyo porcentaje ahora es prácticamente la mitad del alcanzado en la costa. Por último, hay que señalar un incremento de la presencia del colectivo de turistas que trabajan y una disminución significativa del grupo de jubilados.

En cuanto al motivo principal del viaje, más del 95 por ciento de los turistas lo hacen por motivos de vacaciones u ocio tanto en la costa como en el interior de Almería, cabe señalar que el siguiente motivo con cierta importancia en ambos destinos turísticos es la “visita a familiares y amigos”. Y en lo relativo a la fragmentación de la demanda turística concerniente al tipo de alojamiento, se observa que para todos los destinos, alojarse en hoteles es la opción preferida con casi un 66 por ciento en la provincia y en el litoral, ascendiendo al 69 por ciento para los turistas de interior. Este ascenso se explica por el menor protagonismo que representa la figura del apartamento, chalet o casa en el interior (en su uso en régimen de alquiler, propiedad o en inmuebles de amigos o familiares) con un porcentaje del 21,19 por ciento, casi cuatro puntos porcentuales inferior al registrado en el litoral.

| <b>Cuadro 3.14</b>                      |                           |                            |                  |
|---|---------------------------|----------------------------|------------------|
| <b>Motivo principal del viaje, 2009</b> |                           |                            |                  |
| <b>Porcentaje</b>                       |                           |                            |                  |
|   | <b>Litoral de Almería</b> | <b>Interior de Almería</b> | <b>Provincia</b> |
| Trabajo o Negocios                      | 1,05                      | -                          | 0,98             |
| Asistencia a congresos, ferias, etc.    | 0,38                      | -                          | 0,36             |
| Vacaciones/Ocio                         | 95,84                     | 98,04                      | 95,99            |
| Visitas a familiares y amigos           | 2,34                      | 1,31                       | 2,27             |
| Estudios                                | 0,05                      | -                          | 0,04             |
| Eventos culturales                      | 0,19                      | 0,65                       | 0,22             |
| Eventos deportivos                      | 0,10                      | -                          | 0,09             |
| Otros motivos                           | 0,05                      | -                          | 0,04             |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.

| <b>Cuadro 3.15</b>   |                        |                         |                  |
|--|------------------------|-------------------------|------------------|
| <b>Tipo de alojamiento, 2009</b>                                       |                        |                         |                  |
| <b>Porcentaje</b>  |                        |                         |                  |
|  | <b>Litoral Almería</b> | <b>Interior Almería</b> | <b>Provincia</b> |
| Hotel  | 65,54                  | 69,53                   | 65,75            |
| Otro alojamiento hotelero  | 5,50                   | 6,62                    | 5,57             |
| Pensión  | 1,32                   | 1,33                    | 1,32             |
| Camping, albergue, casa rural o similar, otros                         | 2,59                   | 1,32                    | 2,50             |
| Apartamento, chalet o casa (alquilada, propiedad, amigos o familiares) | 25,00                  | 21,19                   | 24,81            |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.



La forma de organizar el viaje (Cuadro 3.16) no muestra un patrón homogéneo entre los turistas de interior y de costa. Así, la organización de forma individual de la estancia turística registra un mayor peso para los turistas de interior con un 94,77 por ciento frente al porcentaje del 82,99 por ciento observado para aquellos visitantes que eligen la costa. Esta diferencia se debe principalmente al aumento que se registra en la costa de los turistas que preparan su viaje mediante la adquisición de un paquete turístico, llegando a alcanzar casi el 10 por ciento del total de turistas, cifra bastante superior al 1,96 por ciento registrado para los visitantes del interior. También son notorias las diferencias en la forma de realizar el viaje, si bien para el conjunto de la provincia la forma más frecuente es el viaje del turista con su pareja, su importancia relativa oscila entre el 64,31 por ciento en el caso de los turistas de litoral y el 58,82 por ciento en el de los turistas de interior. Otras importantes diferencias en el comportamiento en la forma de realizar el viaje, según el destino turístico, se observa en las modalidades de viajar solo y viajar con familiares. Así, para los individuos que eligen el litoral para realizar su estancia ambas modalidades representan el 16,77 por ciento y el 12,57 por ciento, respectivamente, mientras que dichas cifras son del 4,58 por ciento y del 32,68 por ciento para los turistas que se alojan en el interior de la provincia.

| <b>Cuadro 3.16</b>                       |                           |                            |                  |
|--|---------------------------|----------------------------|------------------|
| <b>Forma de organizar el viaje, 2009</b> |                           |                            |                  |
| <b>Porcentaje</b>                        |                           |                            |                  |
|  | <b>Litoral de Almería</b> | <b>Interior de Almería</b> | <b>Provincia</b> |
| Sólo                                     | 82,99                     | 94,77                      | 83,79            |
| Lo organizó un club, asociación, ...     | 7,17                      | 3,27                       | 6,90             |
| Adquirió un paquete turístico            | 9,84                      | 1,96                       | 9,31             |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.

| <b>Cuadro 3.17</b>                      |                           |                            |                  |
|---|---------------------------|----------------------------|------------------|
| <b>Forma de realizar el viaje, 2009</b> |                           |                            |                  |
| <b>Porcentaje</b>                       |                           |                            |                  |
|   | <b>Litoral de Almería</b> | <b>Interior de Almería</b> | <b>Provincia</b> |
| Solo                                    | 16,77                     | 4,58                       | 15,94            |
| Con su pareja                           | 64,31                     | 58,82                      | 63,94            |
| Con familiares                          | 12,57                     | 32,68                      | 13,94            |
| Con amigos                              | 6,12                      | 3,27                       | 5,92             |
| Otros                                   | 0,24                      | 0,65                       | 0,27             |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.

Entre los turistas que vienen por motivos de vacaciones, los factores clima y playa analizados de forma conjunta son las razones principales del viaje, con una representatividad que se sitúa en el 76,77 por ciento para el total de la provincia. Si tenemos en cuenta el destino turístico, cabe destacar algunas diferencias significativas. Así, por el ejemplo, el motivo precio es el elegido por el 5,13 por ciento de los turistas del litoral, mientras que esta razón es prácticamente insignificante dentro del conjunto de los turistas de interior. Por el contrario, para éstos últimos, la visita a monumentos registra un porcentaje del 5,63 por ciento, que se sitúa por encima del observado en el grupo de turistas que se alojan en la costa.

**Cuadro 3.18**

**Motivaciones del viaje para turistas que vienen por vacaciones, 2009**

**Porcentaje**

|                                | <b>Litoral de Almería</b> | <b>Interior de Almería</b> | <b>Provincia</b> |
|--------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------|
| Precios                        | 5,13                      | 0,70                       | 4,83             |
| Clima y playa                  | 76,2                      | 84,51                      | 76,77            |
| Visitas a monumentos           | 3,90                      | 5,63                       | 4,02             |
| Turistas de naturaleza y rural | 0,41                      | -                          | 0,38             |
| Visitas a familiares y amigos  | 6,56                      | 3,52                       | 6,36             |
| Fiestas populares / Folklore   | 0,10                      | -                          | 0,10             |
| Gastronomía                    | 0,41                      | -                          | 0,38             |
| Calidad de vida / Hospitalidad | 4,21                      | 2,11                       | 4,06             |
| Otras                          | 3,08                      | 3,56                       | 3,10             |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.

La segmentación de la demanda también enriquece el análisis cuando la variable de referencia es el gasto medio del turista. El gasto medio por individuo es ligeramente superior entre los turistas de costa (334 euros) respecto a los turistas de interior (330 euros). Las principales partidas de gasto (gasto medio por individuo) para el total de la provincia almeriense son: gastos en bares y restaurantes (79 euros), compras en alimentación (116 euros), alquiler de coche (123 euros) y alojamiento (226 euros). Según destino turístico, hay que indicar que los visitantes que realizan su estancia en el interior presentan cifras inferiores de gasto medio para las partidas citadas anteriormente, siendo las caídas más pronunciadas para las partidas de gasto relativas al alquiler de coche y a los gastos en bares y en restaurantes. Así, el gasto medio en alquiler de coches de los turistas de interior es de 64 euros, que es prácticamente la mitad al valor registrado para los turistas de costa.



| Cuadro 3.19                     |                    |                     |           |
|---------------------------------|--------------------|---------------------|-----------|
| Gasto medio por individuo, 2009 |                    |                     |           |
| Euros                           |                    |                     |           |
|                                 | Litoral de Almería | Interior de Almería | Provincia |
| Total gastos                    | 334,15             | 330,03              | 333,87    |
| Gastos en autocar               | 29,73              | 20,25               | 29,48     |
| Alquiler de coche               | 124,80             | 64,75               | 122,80    |
| Tren                            | 37,71              | -                   | 37,71     |
| Vehículo particular             | 32,30              | 29,31               | 32,01     |
| Taxis                           | 27,24              | -                   | 27,24     |
| Alojamiento                     | 226,49             | 214,96              | 225,51    |
| Compras en alimentación         | 117,47             | 100,91              | 116,27    |
| Compras no alimenticias         | 54,39              | 54,29               | 54,38     |
| Bares, restaurantes             | 80,29              | 62,27               | 79,11     |
| Visitas organizadas             | 56,84              | 37,77               | 51,89     |

FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de los microdatos de la ECTA. IEA.

Y el tercer componente del apartado de la demanda turística es el análisis de la estacionalidad. El estudio de la estacionalidad<sup>6</sup> de la demanda turística en Almería se aborda a partir del número de pernотaciones hoteleras realizadas por los turistas durante cada mes<sup>7</sup>. En primer lugar, se calculan para el año 2009 los índices estacionales correspondientes al total de pernотaciones para la provincia de Almería, para la costa almeriense y para la ciudad de Almería, y se comparan con los obtenidos para Andalucía y España (Cuadro 3.20 y Gráfico 3.4). Los resultados obtenidos para todos los destinos turísticos correspondientes a Almería revelan que el periodo de estacionalidad positiva (factor estacional superior a 1) abarca los meses comprendidos entre junio y septiembre, siendo los meses de julio y agosto los de mayor intensidad. En cuanto al periodo de estacionalidad negativa (factor estacional inferior a 1), cabe señalar que los meses con una estacionalidad más negativa son diciembre y enero. La principal diferencia existente entre las series de pernотaciones analizadas para Almería consiste en que la estacionalidad tanto positiva como negativa en la ciudad de Almería es más suave

<sup>6</sup> El procedimiento estadístico utilizado para aislar el componente de estacionalidad de la serie original es el método X12-ARIMA. Una de las ventajas de este método es que considera a la estacionalidad como estocástica, lo que permite valorar la evolución temporal del componente estacional. A partir de la aplicación de este procedimiento se obtiene para cada mes un índice estacional que refleja la influencia de la temporada sobre las pernотaciones. 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.

<sup>7</sup> Dicha variable se obtiene a partir de la información proporcionada por la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) procedente del INE.

que en la costa y en el total de la provincia. Así, por ejemplo, durante julio y agosto en la capital los índices estaciones registran valores de 1,40 y 1,90; mientras que, en la costa de Almería los índices estaciones correspondientes a los meses anteriores alcanzan valores de 1,70 y 2,02, respectivamente. Un factor o índice estacional en agosto con valor 2,02 indica que la estacionalidad positiva genera un incremento de las pernoctaciones hoteleras en dicho mes de un 102 por ciento (2,02-1) respecto a su valor medio anual. Si nos centramos en los valores para diciembre, que es el mes con mayor estacionalidad negativa, nuevamente se constata el anterior hecho, ya que en la capital el índice para dicho mes tiene un valor de 0,61, siendo del 0,46 en la costa de Almería y en el total de la provincia. Un factor o índice estacional en diciembre de 0,46 señala que la estacionalidad ha ejercido un efecto negativo sobre las pernoctaciones hoteleras al caer en dicho mes en un 54 por ciento (1-0,46) respecto a su valor medio anual.

Si se compara el perfil de la estacionalidad positiva de las pernoctaciones hoteleras en Almería con Andalucía y España, se observa que en estos dos últimos casos el periodo de estacionalidad positiva se amplía, siendo para Andalucía el comprendido entre los meses de abril y octubre, y para España el situado entre mayo y octubre. En Andalucía y España, el mes con más alta estacionalidad positiva es agosto con valores respectivos de 1,67 y 1,70, que son inferiores a los constatados para todos los destinos turísticos de Almería. Por el contrario, en el mes con mayor estacionalidad negativa que es enero, se observa que los índices estacionales para Andalucía y España muestran cifras (0,52 y 0,54, respectivamente) inferiores a las registrados en las distintas zonas de Almería.

**Cuadro 3.20**

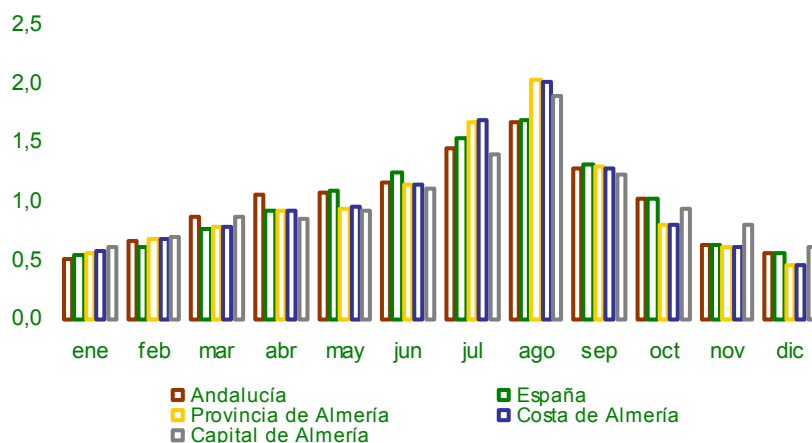
**Factores estacionales del total de pernoctaciones hoteleras, 2009**

|            | Andalucía | España | Provincia de Almería | Costa de Almería | Capital de Almería |
|------------|-----------|--------|----------------------|------------------|--------------------|
| Enero      | 0,52      | 0,54   | 0,57                 | 0,58             | 0,62               |
| Febrero    | 0,66      | 0,61   | 0,68                 | 0,68             | 0,70               |
| Marzo      | 0,87      | 0,77   | 0,79                 | 0,79             | 0,87               |
| Abril      | 1,06      | 0,93   | 0,92                 | 0,92             | 0,86               |
| Mayo       | 1,08      | 1,09   | 0,95                 | 0,96             | 0,93               |
| Junio      | 1,16      | 1,25   | 1,14                 | 1,15             | 1,11               |
| Julio      | 1,46      | 1,54   | 1,68                 | 1,70             | 1,40               |
| Agosto     | 1,67      | 1,70   | 2,03                 | 2,02             | 1,90               |
| Septiembre | 1,29      | 1,32   | 1,30                 | 1,29             | 1,23               |
| Octubre    | 1,03      | 1,03   | 0,80                 | 0,80             | 0,95               |
| Noviembre  | 0,64      | 0,64   | 0,62                 | 0,61             | 0,80               |
| Diciembre  | 0,56      | 0,57   | 0,46                 | 0,46             | 0,61               |

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



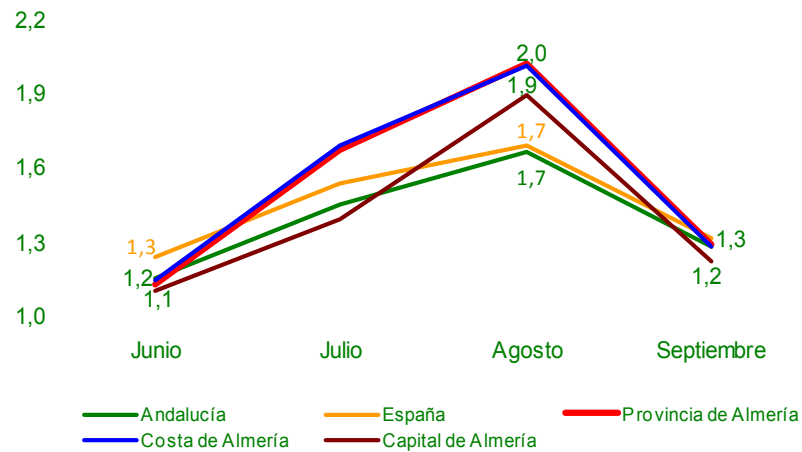
GRÁFICO 3.4  
Factores estacionales, 2009. Total pernoctaciones  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

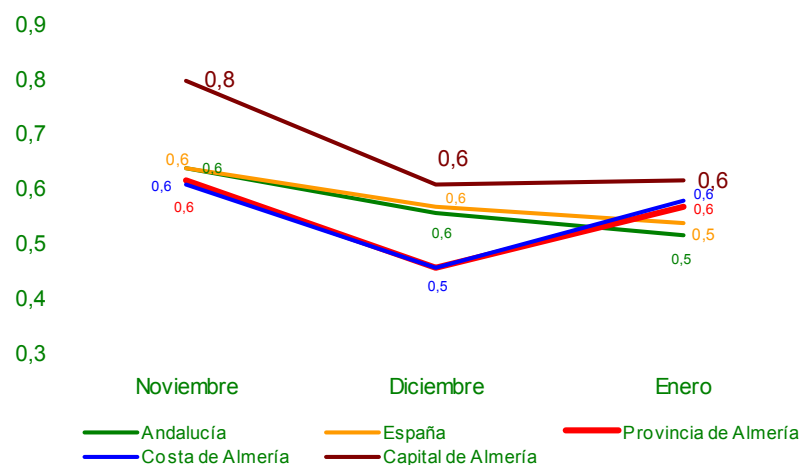
Los efectos de la estacionalidad son bien distintos entre los turistas nacionales y los turistas extranjeros que visitan Almería (Cuadros 3.21 y 3.22) En el caso de los turistas españoles, la estacionalidad positiva se extiende a lo largo de los meses comprendidos entre junio y septiembre, mientras que para los turistas extranjeros el periodo se amplía con los meses de mayo y octubre. Esta circunstancia se registra tanto en la costa de Almería como en la capital. Otro resultado de interés es que el mes con una estacionalidad más positiva difiere según la nacionalidad del turista. Así, para los turistas extranjeros dicho mes es junio si se alojan en la costa almeriense (con un índice estacional del 1,41) o agosto si la visita se produce a la capital (con un índice estacional del 1,59). Por el contrario, en el caso de los turistas españoles se observa que agosto es el mes que registra una estacionalidad más alta tanto en la costa como en la capital almeriense, con factores estacionales de 2,25 y 1,97, respectivamente. No ocurre lo mismo si se analiza el periodo de baja estacionalidad, ya que para todas las nacionalidades y todos los destinos es diciembre el mes donde el efecto de la estación es más negativo. Los Gráficos 3.7 a 3.10 recogen los comportamientos estacionales de los turistas nacionales y extranjeros, en los meses con estacionalidad positiva y negativa, según las pernoctaciones hoteleras de Almería, Andalucía y España y marcan las diferencias significativas entre los colectivos de turistas nacionales y extranjeros.

Gráfico 3.5  
**Meses de alta estacionalidad, 2009. Pernoctaciones totales**  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

Gráfico 3.6  
**Meses de baja estacionalidad, 2009. Pernoctaciones totales**  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).



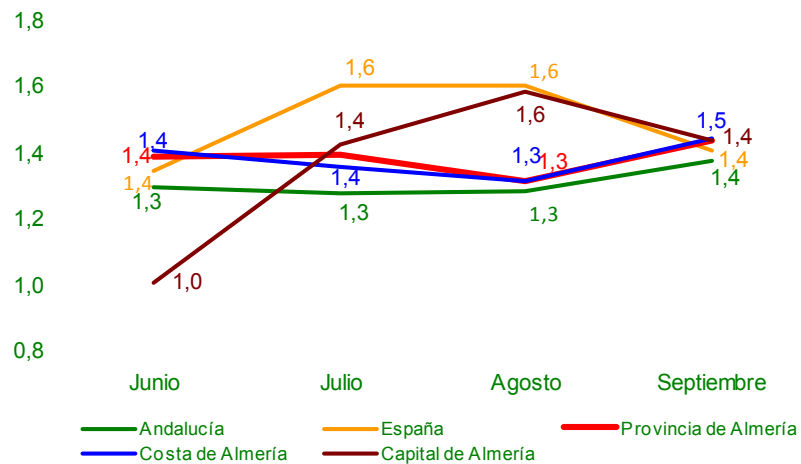
| Cuadro 3.21  |           |        |                      |                  |                    |
|--|-----------|--------|----------------------|------------------|--------------------|
| Factores estacionales de las pernoctaciones de los turistas nacionales, 2009 |           |        |                      |                  |                    |
|  | Andalucía | España | Provincia de Almería | Costa de Almería | Capital de Almería |
| Enero  | 0,55      | 0,57   | 0,58                 | 0,59             | 0,64               |
| Febrero  | 0,69      | 0,68   | 0,63                 | 0,63             | 0,71               |
| Marzo  | 0,83      | 0,83   | 0,75                 | 0,75             | 0,87               |
| Abril  | 1,05      | 1,06   | 1                    | 1                | 0,87               |
| Mayo   | 0,87      | 0,95   | 0,76                 | 0,75             | 0,91               |
| Junio  | 1,07      | 1,09   | 1,07                 | 1,07             | 1,11               |
| Julio  | 1,58      | 1,44   | 1,83                 | 1,83             | 1,41               |
| Agosto   | 1,93      | 1,81   | 2,25                 | 2,25             | 1,97               |
| Septiembre   | 1,21      | 1,19   | 1,26                 | 1,26             | 1,17               |
| Octubre  | 0,85      | 0,94   | 0,68                 | 0,67             | 0,92               |
| Noviembre  | 0,67      | 0,72   | 0,64                 | 0,63             | 0,76               |
| Diciembre  | 0,63      | 0,68   | 0,49                 | 0,5              | 0,62               |

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

| Cuadro 3.22   |           |        |                      |                  |                    |
|---|-----------|--------|----------------------|------------------|--------------------|
| Factores estacionales de las pernoctaciones de los turistas extranjeros, 2009 |           |        |                      |                  |                    |
|   | Andalucía | España | Provincia de Almería | Costa de Almería | Capital de Almería |
| Enero   | 0,52      | 0,52   | 0,58                 | 0,58             | 0,59               |
| Febrero   | 0,61      | 0,55   | 0,78                 | 0,77             | 0,61               |
| Marzo   | 0,87      | 0,71   | 0,81                 | 0,82             | 0,81               |
| Abril   | 1,07      | 0,86   | 0,73                 | 0,74             | 0,85               |
| Mayo  | 1,3       | 1,17   | 1,34                 | 1,35             | 1,16               |
| Junio   | 1,3       | 1,35   | 1,39                 | 1,41             | 1,01               |
| Julio   | 1,28      | 1,61   | 1,4                  | 1,36             | 1,43               |
| Agosto  | 1,29      | 1,61   | 1,32                 | 1,32             | 1,59               |
| Septiembre  | 1,38      | 1,41   | 1,44                 | 1,45             | 1,44               |
| Octubre   | 1,29      | 1,1    | 1,22                 | 1,22             | 1                  |
| Noviembre   | 0,6       | 0,57   | 0,56                 | 0,55             | 0,91               |
| Diciembre   | 0,48      | 0,5    | 0,36                 | 0,36             | 0,56               |

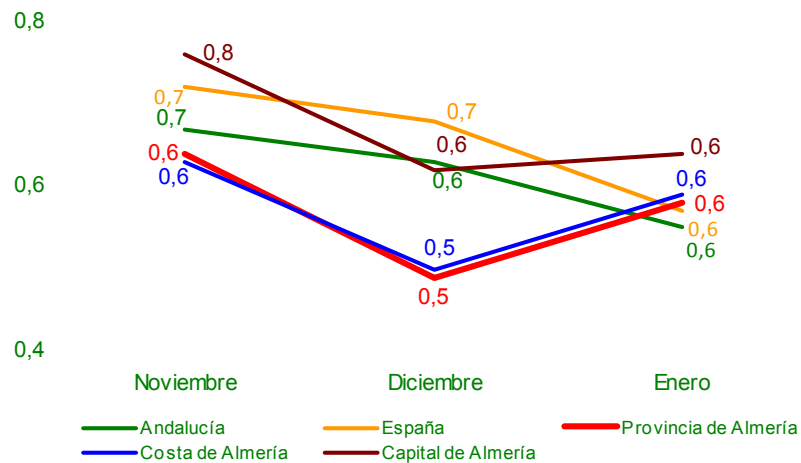
FUENTE: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

Gráfico 3.7  
Meses de alta estacionalidad, 2009. Pernoctaciones nacionales  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

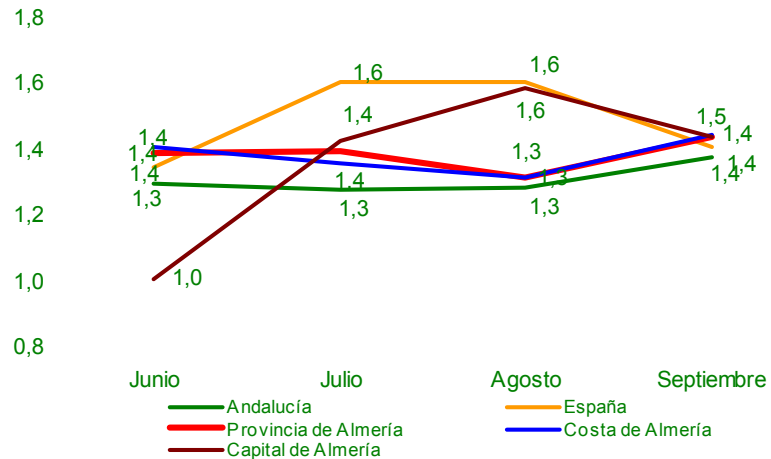
Gráfico 3.8  
Meses de baja estacionalidad, 2009. Pernoctaciones nacionales  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

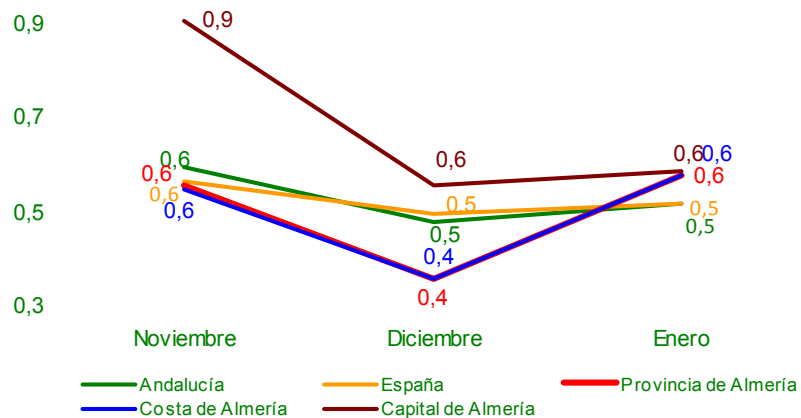


Gráfico 3.9  
Meses de alta estacionalidad, 2009. Pernoctaciones extranjeros  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

Gráfico 3.10  
Meses de baja estacionalidad, 2009. Pernoctaciones extranjeros  
(Factores estacionales)

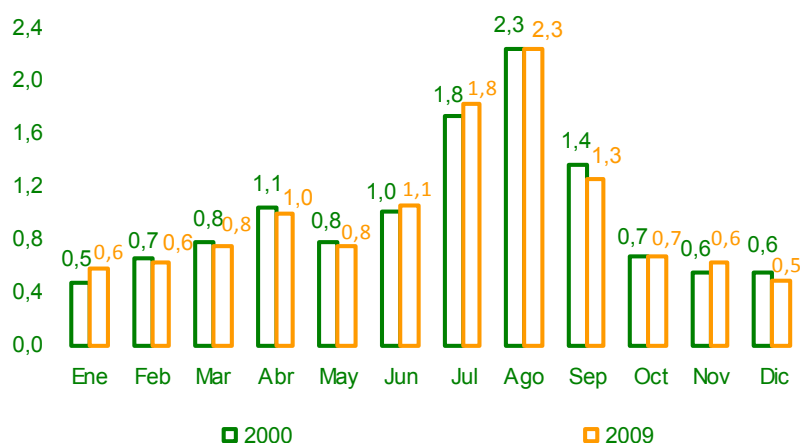


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

Para finalizar el estudio de la estacionalidad se describe la evolución de esta variable para los turistas nacionales y extranjeros de Almería, entre el año 2000 y el año 2009 (Cuadro 3.23 y Gráficos 3.11 y

3.12). Resulta evidente que la estacionalidad es un fenómeno consustancial de la actividad turística, la similitud entre los perfiles estacionales entre 2000 y 2009 lo ponen de manifiesto, no obstante es posible identificar algunos cambios a lo largo del tiempo. Así, en primer lugar, a partir de las pernотaciones correspondientes a los turistas nacionales entre los años 2000 y 2009 se observa que la estacionalidad positiva se ha agudizado en los meses de junio y julio, al pasar los valores de los índices de 1,02 a 1,07 y de 1,75 a 1,83, respectivamente; no obstante lo anterior se compensa con una disminución de la estacionalidad positiva en el mes de septiembre, ya que el índice estacional pasa del 1,38 en el 2000 al 1,26 en el 2009. Además, cabe señalar que no se observan variaciones para el mes de agosto entre los periodos analizados.

Gráfico 3.11  
Factores estacionales de las pernотaciones de los turistas nacionales  
Almería 2000-2009  
(Factores estacionales)



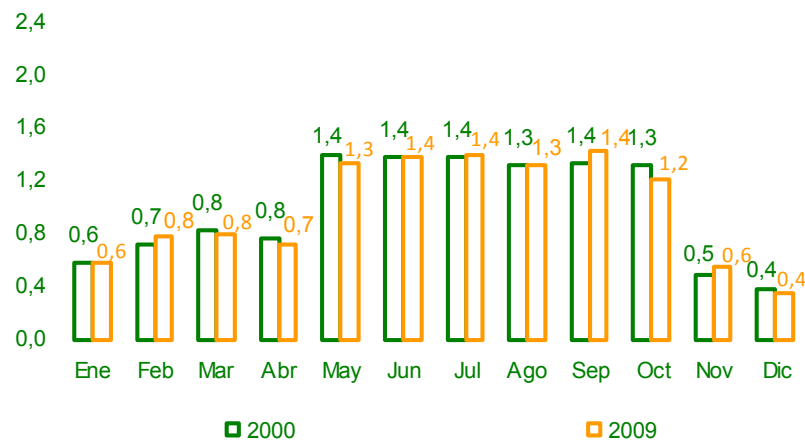
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

En cuanto a la estacionalidad negativa de los turistas nacionales, en el año 2009 se observa una importante mejora de la estacionalidad en los meses de noviembre y enero, aunque en el mes de diciembre se produce un empeoramiento al pasar el índice estacional de 0,56 a 0,49. En segundo lugar, en cuanto a la evolución de la estacionalidad en el turismo extranjero, lo primero que se destaca es una disminución de la estacionalidad positiva en los meses de mayo y octubre donde los factores estacionales pasan de 1,41 a 1,34 y de 1,32 a 1,22, respectivamente. Por el contrario, en el mes de septiembre se produce un ligero repunte (de 1,35 a 1,44), mientras que en los meses de junio, julio y agosto prácticamente no se perciben variaciones. Por último, cabe señalar, que la evolución de la



estacionalidad negativa se asemeja a la correspondiente para los turistas españoles, ya que registra mejora en noviembre y un empeoramiento en diciembre, aunque en el mes de enero permanece invariable entre los dos años analizados.

Gráfico 3.12  
Factores estacionales de las pernoctaciones de los turistas extranjeros  
Almería 2000-2009  
(Factores estacionales)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de EOH (INE).

| Cuadro 3.23  |                     |      |                      |      |
|--|---------------------|------|----------------------|------|
| Evolución de los factores estacionales de las pernoctaciones hoteleras en Almería según nacionalidad. Índices estacionales |                     |      |                      |      |
|  | Turistas nacionales |      | Turistas extranjeros |      |
|  | 2000                | 2009 | 2000                 | 2009 |
| Enero  | 0,48                | 0,58 | 0,58                 | 0,58 |
| Febrero  | 0,66                | 0,63 | 0,73                 | 0,78 |
| Marzo  | 0,79                | 0,75 | 0,84                 | 0,81 |
| Abril  | 1,05                | 1    | 0,77                 | 0,73 |
| Mayo   | 0,79                | 0,76 | 1,41                 | 1,34 |
| Junio  | 1,02                | 1,07 | 1,39                 | 1,39 |
| Julio  | 1,75                | 1,83 | 1,39                 | 1,4  |
| Agosto   | 2,25                | 2,25 | 1,32                 | 1,32 |
| Septiembre   | 1,38                | 1,26 | 1,35                 | 1,44 |
| Octubre  | 0,68                | 0,68 | 1,32                 | 1,22 |
| Noviembre  | 0,55                | 0,64 | 0,5                  | 0,56 |
| Diciembre  | 0,56                | 0,49 | 0,39                 | 0,36 |

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