



Informe Anual del Turismo en Andalucía 2008

Instituto de Análisis Económico
y Empresarial de Andalucía

DIRECCIÓN: FRANCISCO VILLALBA CABELLO

EQUIPO DE TRABAJO:

PEDRO RAYA MELLADO (DIRECTOR TÉCNICO)
JOSÉ ANTONIO MUÑOZ LÓPEZ (COORDINADOR)
MERCEDES ÁLVAREZ GALLEGO ANTONIO PELÁEZ VERDET
FELISA BECERRA BENÍTEZ SILVIA PÉREZ JIMÉNEZ
ANTONIO CAPARRÓS RUIZ SALVADOR PÉREZ MORENO
ANTONIO MORILLAS RAYA MÓNICA RIVERA GONZÁLEZ

TRABAJO DE CAMPO:

CRISTINA DELGADO REINA
ROSA M^a DÍAZ MONTAÑEZ
JOSÉ ALBERTO PÉREZ GUIRAO
SILVIA PÉREZ JIMÉNEZ

PRODUCCIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA:

DOLORES FERNÁNDEZ-ORTEGA JIMÉNEZ

ELABORACIÓN:

INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA

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



PATROCINADORES:



El trabajo contenido en esta publicación se enmarca en el Convenio de colaboración promovido por la Dirección General de Calidad, Innovación y Prospectiva Turística de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Unicaja y el Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía para la gestión y desarrollo de proyectos de investigación socioeconómica del sector turístico en el periodo 2008-2010.

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

© INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA, 2009.

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

	PRESENTACIÓN.....	12
	PARTE I: EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ EN 2008	
1.	INTRODUCCIÓN.....	19
	1.1 Estructura, contenido y novedades.....	21
	1.2 Avance de resultados.....	29
2.	ANDALUCÍA EN EL CONTEXTO TURÍSTICO NACIONAL.	
	2.1 Turismo nacional e internacional.....	47
	2.2 Relevancia de Andalucía en el turismo nacional.....	60
	2.2.1 Entrada de turistas internacionales.....	61
	2.2.2 Gasto total del turismo internacional.....	65
	2.2.3 Viajes internos de los turistas residentes en España.....	67
	2.2.4 Tráfico aéreo de pasajeros.....	68
	2.2.5 Oferta hotelera.....	70
3.	COYUNTURA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA.	
	3.1 Evolución de la actividad turística en Andalucía.....	76
	3.1.1 Número de turistas que visitan Andalucía.....	76
	3.1.2 Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía..	80
	3.1.3 Empleo en la industria turística andaluza.....	81
	3.1.4 Tráfico aéreo y aeropuertos andaluces.....	85
	3.2 Indicadores de la oferta turística y de la ocupación.....	90
	3.3 Tipologías turísticas.....	94
	3.4. Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía.....	96

3.5	Previsiones	100
3.6	Impactos económicos del gasto turístico según nacionalidad	102
3.6.1	Estimación del gasto directo.....	105
3.6.2	Impacto sobre la producción total.....	108
3.6.3	Impacto sobre el valor añadido bruto	114
3.6.4	Impacto sobre las importaciones	119
3.7	Estacionalidad	124
3.7.1	Estacionalidad según las pernoctaciones hoteleras	125
3.7.2	Estacionalidad según número de turistas.....	133
3.7.3	Estacionalidad por provincias.....	137
4.	PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA.	
4.1	Perfil general	147
4.2	Procedencia del turista	148
4.3	Sexo del turista	150
4.4	Edad	151
4.5	Estancia media	152
4.6	Tipo de alojamiento	161
4.7	Motivación.....	163
4.8	Gasto del turista.....	165
4.9	Percepción de la experiencia del turista	168
4.10	Posicionamiento del turista.....	175
4.11	Conclusiones	177
4.12	Ficha resumen del perfil del turista	180
5.	MERCADO DE TRABAJO.	
5.1.	Introducción.....	183
5.2.	Población activa, ocupada y parada en la industria turística	185

5.2.1 Activos	185
5.2.2. Ocupados.....	188
5.2.3 Parados	202
5.3. Empleo en la industria turística por actividades económicas según afiliación a la Seguridad Social.....	210
5.3.1. Hostelería y agencias de viaje.....	210
5.3.2. Hoteles y otros alojamientos	213
5.3.3. Restauración.....	215
5.3.4. Actividades de agencias de viaje.....	218
5.4 Estacionalidad, tendencia y ciclo en el empleo de la industria turística ..	220
5.4.1 La estacionalidad en el empleo de la industria turística.....	220
5.4.2 La tendencia en el empleo de la industria turística.	223
5.4.3 El ciclo en el empleo de la industria turística	228
6. OPINIONES EMPRESARIALES: VALORACIONES Y PRONÓSTICOS.	
6.1. Introducción.....	233
6.2 Resultados generales y por tipologías turísticas.....	235
6.3 Resultados para el subsector hotelero y de casas rurales	252
6.4. Resultados para los subsectores de agencias de viajes y rent a cars...	263
6.5. Síntesis de las opiniones empresariales.....	271
 PARTE II: ESTUDIOS MONOGRÁFICOS.	
 7. UNA APROXIMACIÓN AL GRADO DE ACCESIBILIDAD DE LOS HOTELES DE LOS CENTROS HISTÓRICOS URBANOS DE ANDALUCÍA. EL CASO DE SEVILLA, GRANADA, CÓRDOBA Y MÁLAGA.	
7.1. Introducción.....	283
7.2. Turismo accesible, características principales de un destino urbano accesible y sus potenciales demandantes	285

	7.2.1 Características principales de un destino urbano accesible.....	288
	7.2.2 Diez razones para hacer accesible un destino turístico	291
	7.2.3 Análisis de la demanda potencial de turismo accesible.....	293
	7.3. Requisitos básicos de accesibilidad en hoteles.....	294
	7.4. Análisis de la accesibilidad en los hoteles de los centros históricos urbanos de Andalucía. Caso de las ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y Málaga.....	296
	7.4.1 Metodología y trabajo de campo.....	296
	7.4.2 Análisis de los resultados.....	300
	7.5. Propuestas de líneas estratégicas para posicionar una ciudad como destino urbano accesible.....	342
	7.6. Conclusiones	348
	ANEXOS 7.I, 7.II Y 7.III.	356
8.	SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA	
	8.1 Introducción.....	383
	8.2 Datos	386
	8.3 Metodología y especificación econométrica	394
	8.4 Resultados	398
	8.4.1 Estimación del modelo de elección de destino turístico	399
	8.4.2 Estimación del modelo de duración de la estancia y del número de municipios visitados	415
	8.4.3 Estimación del modelo de elección de alojamiento	424
	8.5 Conclusiones	443
9.	LOS EFECTOS INDUCIDOS DEL TURISMO SOBRE LA ECONOMÍA ANDALUZA.	
	9.1 Introducción.....	449
	9.2 Los multiplicadores en el análisis input-output	452

9.2.1. Antecedentes.....	452
9.2.2. Los multiplicadores en el análisis regional.....	454
9.2.3 Relación entre los multiplicadores Tipo-I y Tipo-II.....	459
9.3 Estudios de impacto del sector turismo.....	461
9.4 El efecto inducido del turismo en la economía andaluza.....	462
9.5 Conclusiones.....	476
ANEXO: CUESTIONARIO ENCUESTA SECTOR TURÍSTICO Y FICHA TÉCNICA....	481
BIBLIOGRAFÍA.....	483



La economía mundial cerró el ejercicio de 2008 sumida en una difícil coyuntura que ponía freno a los bondadosos beneficios obtenidos por los países emergentes y desarrollados durante los años precedentes. La práctica totalidad de las globalizadas actividades financieras y productivas internacionales se vieron afectadas por la crisis crediticia y un marcado descenso en los niveles de confianza de los consumidores, que redujeron sensiblemente su gasto y terminaron, junto con el resto de factores que provocaron este colapso, arrastrando a la mayoría de los mercados hasta una intensa recesión.

En este escenario, el Turismo demostró una sólida fortaleza que, si bien avisaba que no era infranqueable, le aportó un mayor nivel de resistencia respecto a otras actividades fundamentales de la economía. Sin duda, mucho tuvo que ver en esta posición favorable el extraordinario avance experimentado en materia de infraestructuras de oferta y comunicación por los destinos turísticos, cada vez más competitivos, y la generosa herencia que el pasado siglo aportó a esta actividad, al convertir el ocio y el disfrute vacacional en una conquista social, casi un derecho colectivo, al que muy pocos están ya dispuestos a renunciar.

En Andalucía, en términos turísticos, la evidencia más palpable de esta situación quedó patente en los más de 25 millones de turistas recibidos, que a pesar de suponer un leve descenso respecto al año anterior volvían a situar a la industria

turística andaluza como uno de los sectores más solventes y prósperos de nuestra economía regional. De nuevo, la experiencia acumulada durante décadas, la singularidad, calidad y diversidad crecientes de nuestra oferta turística y la profesionalidad de nuestros trabajadores, consolidaban a Andalucía como uno de los destinos con mayor capacidad de atracción del panorama internacional.

Pero la crisis también nos ha recordado que mantener nuestro liderazgo requiere de un esfuerzo aún mayor en términos de excelencia, innovación y sostenibilidad y que este puede ser un momento preciso para reforzar nuestra estructura y diseñar estrategias renovadas, donde la concertación y la participación conjunta están llamadas a ocupar un lugar destacado.

Fruto de esta cooperación surge, por cuarto año consecutivo, el Informe Anual del Turismo en Andalucía, elaborado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte en colaboración con Unicaja, al objeto de ofrecer una visión más próxima de nuestra realidad turística y facilitar –tanto a la iniciativa pública como a la privada– un acertado análisis que nos ayude en la toma adecuada de decisiones.

Solo queda, por tanto, agradecer el trabajo realizado por cuantos han participado en esta edición y desear que del estudio y observación de este documento surjan provechosos resultados que estimulen la evolución competitiva de nuestro turismo y nos sitúen de nuevo en la senda del crecimiento sostenido que todos pretendemos para nuestra Comunidad.

LUCIANO ALONSO ALONSO
Consejero de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte



Unicaja mantiene una apuesta permanente por el desarrollo socioeconómico de su ámbito de actuación mediante el fomento y patrocinio de actividades que puedan contribuir a la generación de conocimiento como activo, aunque intangible, clave para obtener ventajas competitivas. En esta premisa se enmarca el acuerdo de colaboración con la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía para desarrollar trabajos de investigación relacionados con el turismo.

El Informe Anual del Turismo en Andalucía, en su cuarta edición, correspondiente a 2008, conserva sus objetivos iniciales y, además de una herramienta útil para el análisis de la coyuntura turística regional y nacional, contribuye a incrementar el nivel de conocimiento sobre el turismo como sector económico fundamental en Andalucía. Por ello, fiel a su tradición, esta edición vuelve a incorporar novedades de interés tanto en contenidos como en el uso de técnicas de análisis. En este sentido, especial mención merece el esfuerzo realizado en la generación de fuentes estadísticas propias que complementan las oficiales y que, sin duda, suponen una aportación estimable.

El Informe Anual, además del análisis de la coyuntura del sector en 2008, recoge tres estudios monográficos, que abordan los siguientes temas: "La accesibilidad en los hoteles de centros históricos urbanos", "La segmentación de la demanda

turística andaluza” y “Los efectos inducidos del turismo sobre la economía regional”. La oportunidad de los estudios monográficos seleccionados radica tanto en la novedad de las materias analizadas, caso del primer de ellos, como en la riqueza y novedad de las técnicas empleadas, aspectos que destacan en los otros dos estudios incluidos.

Para Unicaja, la presentación de este trabajo, junto a la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, es una satisfacción y un estímulo para seguir colaborando en el conocimiento del sector turístico, en el convencimiento de que puede aportar algunas claves para afrontar los retos a los que se enfrenta el sector.

*BRAULIO MEDEL CÁMARA
Presidente de Unicaja*

A photograph of a stone archway with a decorative iron gate. The gate is closed and features a pattern of vertical bars and a semi-circular top with a row of small circles. The archway is set in a stone wall. In the background, a town is visible, followed by green hills and mountains under a clear blue sky. The ground in the foreground is paved with stone tiles, and the shadow of the gate is cast onto it.

PARTE I

El Sector Turístico Andaluz en 2008

PUERTA
ARRABAL



Introducción

Capítulo 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Estructura, contenido y novedades.

La edición del Informe Anual del Turismo en Andalucía 2008, como viene siendo habitual, se compone de la Parte I, centrada en el análisis de la coyuntura turística regional durante 2008, y la Parte II, dedicada a estudios monográficos sobre turismo.

La Parte I, titulada “El sector turístico andaluz en 2008”, se divide en seis capítulos incluyendo la introducción. En el capítulo dos, sobre el ámbito turístico nacional y regional, no se ha realizado en la presente edición cambios significativos. En el capítulo tres, más centrado en la coyuntura turística regional, se introduce como novedad un nuevo epígrafe, el tercero, sobre la coyuntura turística según tipologías. En él se adopta un punto de vista desde la oferta y se aprovecha la información derivada de la Encuesta al Sector Turístico. Se distinguen las siguientes tipologías: turismo de sol y playa, turismo cultural, turismo rural y de naturaleza, de negocios y reuniones y turismo deportivo. También en el epígrafe sexto hay un cierto cambio, en el estudio de los impactos económicos del gasto turístico no se ha podido incluir las repercusiones sobre el empleo, en el momento de redactar este informe no se disponía de un vector actualizado de los cocientes producción-empleo para cada una de las ramas de actividad de la tabla input-output.

En el capítulo cuarto, dirigido al estudio de la demanda según las características del turista que visita la región, más que de novedad hay que hablar de cambio en su estructura para aligerar la información contenida en el mismo, suprimiendo respecto al año anterior los epígrafes relativos a los perfiles turísticos por provincias y centrando los comentarios en el conjunto de la región.

El capítulo quinto, sobre el mercado de trabajo, ya fue sometido en el Informe Anual de 2007 a una cierta reestructuración, bajo el criterio de dotarlo de mayor contenido. En la edición actual se consolidan los cambios introducidos en 2007 y se incorporan nuevos contenidos fruto de la monografía “Evolución

del mercado de trabajo en la industria turística en España y Andalucía”, también publicada en el Informe Anual de 2007. Siendo la principal novedad la inclusión en el epígrafe cuarto del análisis de la estacionalidad, la tendencia y el ciclo en el empleo de la industria turística andaluza.

Y el capítulo seis, sobre las opiniones empresariales del sector turístico andaluz y sus pronósticos, mantiene intacta su configuración. No obstante, se han introducido novedades en el contenido de la Encuesta al Sector Turístico con la idea de mejorar y completar la visión del sector, en particular para captar los cambios derivados del deterioro de la coyuntura económica y también para mejorar nuestro conocimiento acerca del perfil de cliente de las empresas turísticas. Al empresario se le pregunta expresamente sobre la influencia del deterioro de la situación económica en 2008 en su empresa, y las respuestas se agrupan entre el nivel 1 (Nada) y el nivel 5 (Extremadamente); por otro lado, se le pide que valore de 1 a 5 los efectos de la coyuntura económica sobre distintos aspectos de su negocio (dificultades de financiación, descenso del gasto por turista en el establecimiento, descenso de ingresos, descenso de la ocupación y descenso de la estancia media). Y para indagar sobre el perfil del cliente que visita Andalucía se pregunta a la empresa sobre la procedencia del turista, las actividades que realiza y las motivaciones.

La Parte II, sobre estudios monográficos, se reserva a estudios específicos del turismo y en esta edición los temas elegidos son la accesibilidad en los hoteles de centros históricos urbanos, capítulo séptimo; la segmentación de la demanda turística andaluza, capítulo octavo; y los efectos inducidos del turismo sobre la actividad económica, capítulo noveno. En esta edición, la propia elección de los citados temas constituye una novedad, el de accesibilidad de los hoteles por la escasez de trabajos empíricos sobre esta materia, el de la segmentación de la demanda por el punto de vista adoptado y los modelos empleados, y el de los efectos inducidos del turismo porque la metodología empleada supera los planteamientos del análisis input-output tradicional para valorar los efectos del turismo sobre la economía. Recordar que los estudios monográficos expresan los puntos de vista y opiniones de sus autores y no necesariamente los de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Unicaja, o el Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

A continuación se relata los contenidos de los nueve capítulos del Informe Anual del Turismo en Andalucía 2008.

El capítulo 2, Andalucía en el contexto turístico nacional, sirve de antesala y marco para el análisis de la coyuntura turística de Andalucía. El capítulo consta de dos epígrafes, el primero dedicado a la evolución de la actividad turística a nivel mundial y nacional, en especial a esta última. Y el segundo epígrafe a valorar la importancia turística de Andalucía respecto a España y a las Comunidades Autónomas eminentemente turísticas.

El capítulo 3, Coyuntura turística de Andalucía, se centra en la evolución de la actividad turística en 2008 desde una perspectiva regional y se califica al año turístico. La visión sobre el año 2008 se completa, en la mayoría de los indicadores, con los resultados relativos al periodo 2003-2008. El capítulo 3 se estructura en siete epígrafes.

En el primer epígrafe, para el estudio de la coyuntura turística de la región se selecciona un número limitado de indicadores pero suficientemente representativos, éstos son el número de turistas que visitan Andalucía, las pernoctaciones en establecimientos hoteleros, el empleo en la industria turística andaluza y el tráfico en los aeropuertos andaluces. Lo anterior se complementa, en el segundo epígrafe, con un conjunto de indicadores específicos de la oferta turística.

El contenido del epígrafe tercero del capítulo 3 es nuevo en esta edición del Informe Anual como se comentó anteriormente, en él se aborda el análisis de la coyuntura turística según tipologías, su enfoque es de oferta y se apoya en los resultados de la Encuesta al Sector Turístico elaborada por Analistas Económicos de Andalucía.

En el cuarto epígrafe se detallan los resultados del Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía y España, con lo cual se obtiene una visión global sobre la evolución de la actividad turística y se capta el perfil cíclico de la misma. El Indicador Sintético de Actividad Turística es una herramienta

analítica elaborada por Analistas Económicos de Andalucía para el periodo 1999-2008. El procedimiento utilizado está basado en el aplicado por el National Bureau of Economic Research (NBER), partiendo de los cambios porcentuales simétricos y considerando el ciclo-tendencia, se procede a su estandarización, estimando posteriormente las ponderaciones a aplicar a cada indicador parcial con objeto de obtener el Indicador Sintético. Hay que advertir que las tasas de crecimiento calculadas a partir del indicador no deben identificarse con las del crecimiento de la producción o PIB del sector turístico. Además el Indicador Sintético de Actividad Turística permite estimar las previsiones turísticas para 2009 para Andalucía y España, estos pronósticos forman parte del epígrafe quinto.

En el epígrafe sexto se estiman los impactos económicos del gasto turístico en 2008, según la nacionalidad del turista, y se aplica a la producción total, el valor añadido bruto y las importaciones. La metodología empleada se basa en el análisis input-output, mediante un modelo de demanda de Leontief se calculan los efectos totales, directos e indirectos, de la demanda final (gasto en consumo interno de los turistas) sobre las variables indicadas anteriormente.

El último apartado del capítulo 3, el epígrafe séptimo, contiene un análisis de la estacionalidad. Mantiene una estructura similar a la del año anterior aunque se simplifica y se cambia su orientación con la finalidad de medir mejor el fenómeno de la estacionalidad. Como indicadores de la demanda turística se emplean el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (con periodicidad mensual y la fuente es la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE) y el número de turistas que visitan Andalucía (con periodicidad trimestral y los datos proceden de la ECTA del IEA). La técnica utilizada es una aplicación del método X12-ARIMA de desestacionalización que suministra los valores de los índices estacionales para cada periodo del año. Se acepta la hipótesis multiplicativa en la descomposición de la serie en tendencia, ciclo, estacionalidad y factores irregulares.

El capítulo 4, Perfil y características del turista, se centra en el estudio de la demanda según el tipo de turista que visita Andalucía. La fuente básica de

información es la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) y aunque la atención gira sobre los datos del año 2008, en múltiples variables se comentan los resultados de los últimos años.

El capítulo se compone de doce epígrafes. En los nueve primeros se describen aspectos concretos del turista: perfil general de la demanda, procedencia del turista, sexo, edad, estancia, forma de alojamiento, motivación, gasto del turista y percepción de la experiencia. En el epígrafe diez, posicionamiento del turista en Andalucía, se amplía la perspectiva combinando varias variables para determinar el posicionamiento provincial del turista y el posicionamiento por tipo de alojamiento. Los dos últimos epígrafes recogen las conclusiones y una ficha resumen del perfil del turista en Andalucía en el año 2008.

El estudio del mercado de trabajo en 2008 en la industria turística de Andalucía es el objeto del capítulo 5. Este capítulo está formado por cuatro epígrafes, incluido el primero a modo de introducción. En el segundo epígrafe se comentan los datos sobre población activa, ocupada y parada en la industria turística en Andalucía y España entre 2003 y 2008, utilizando fundamentalmente la información de la Encuesta de Población Activa (EPA). En el tercer epígrafe la atención se desplaza al empleo en la industria turística en el periodo 2003-2008, los datos se desagregan por actividades económicas y la principal fuente estadística es la afiliación a la Seguridad Social. El último epígrafe se dedica al análisis de la estacionalidad, la tendencia y el ciclo del empleo en la industria turística de Andalucía y España en el periodo 1999-2008.

Con el capítulo 6, Opiniones empresariales: valoraciones y pronósticos, termina la Parte I del Informe Anual. Este capítulo se nutre de la información aportada por la Encuesta al Sector Turístico realizada por Analistas Económicos de Andalucía. Las opiniones y valoraciones empresariales se reflejan, entre otras, en las siguientes variables: variación anual de los ingresos de explotación en 2008, valoración del año turístico, valoración de los efectos del deterioro de la situación económica, efectos de la coyuntura sobre determinados aspectos del negocio, retos turísticos empresariales y para el conjunto del turismo de Andalucía, aspectos positivos del turismo de Andalucía, perspectivas turísticas

para 2009 y valoraciones sobre formación y otras cuestiones. Los resultados de la encuesta se estructuran en cuatro subsectores: establecimientos hoteleros, casas rurales, agencias de viajes y alquiler de automóviles. Y desde el punto de vista de las tipologías se distinguen las siguientes: sol y playa, cultural, rural y de naturaleza, de negocios y reuniones y deportivo.

El capítulo 6 consta de cinco epígrafes, el primero de carácter introductorio. En el segundo se exponen los resultados generales y por tipologías. El tercer epígrafe se dedica al análisis de los establecimientos hoteleros y las casas rurales. El cuarto a las agencias de viajes y rent a car. Y en el epígrafe quinto se sintetizan las opiniones y perspectivas empresariales.

La Parte II del Informe Anual incluye los Estudios monográficos. En esta edición, se abre la sesión con el capítulo 7 titulado "Una aproximación al grado de accesibilidad de los hoteles de los centros históricos urbanos de Andalucía. El caso de Sevilla, Granada, Córdoba y Málaga". En el estudio se valora la situación de la accesibilidad en las infraestructuras turísticas, en particular en las instalaciones hoteleras ubicadas en centros urbanos históricos.

Este tema tiene una fuerte componente social pero también tiene connotaciones importantes relacionadas con el negocio turístico, la calidad integral del destino y el grado de satisfacción de un colectivo importante de turistas con algún tipo de discapacidad. Con la particularidad de que las instalaciones accesibles son útiles no solo para las personas discapacitadas, cualquier persona en algún momento de su vida precisa de tales instalaciones bien de forma temporal o permanente al alcanzar cierta edad.

Para ciertos destinos turísticos, la importancia del desarrollo de un turismo accesible irá asociado a la mejora de la calidad de todas las instalaciones y servicios de la ciudad, pudiendo atraer a un mayor número potencial de turistas. En este sentido, en la monografía se avanza una serie de propuestas y recomendaciones con la idea de mejorar las ciudades con centros históricos y posicionarlas como destinos accesibles en Andalucía.

Dadas las limitaciones de información disponible en esta materia, se ha procedido a un profundo estudio de campo, basado en la realización de entrevistas personales y posterior visita de comprobación al establecimiento. Sobre un universo de 99 hoteles en las áreas de estudio delimitadas, se seleccionó una muestra de 87 hoteles de diferentes categorías (cinco, cuatro y tres estrellas).

El capítulo se divide en seis epígrafes, el primero introductorio para justificar el tema y detallar los objetivos. En el segundo se delimita el ámbito de la accesibilidad, los conceptos claves, la relación entre turismo y accesibilidad, las ventajas de un destino accesible y sus potenciales demandantes. La parte central de la investigación se localiza en el epígrafe tercero y cuarto, en los cuales se especifican los requisitos básicos de accesibilidad en hoteles y se materializa el análisis empírico. El quinto contiene las propuestas de líneas estratégicas para posicionar una ciudad con patrimonio histórico como destino accesible. Y en el último epígrafe aparecen las conclusiones.

El capítulo 8 se denomina "Segmentación de la demanda turística en Andalucía". Conocer la segmentación de la demanda y la división de los turistas en grupos con un comportamiento homogéneo conduce a la determinación de grupos estratégicamente importantes y orienta a las empresas en materia de marketing y comercialización y a la política turística en el diseño de los planes de marketing.

El primer objetivo de la monografía es analizar los factores determinantes del destino turístico. Para ello se fragmenta la zona geográfica en tres grupos (municipios y capitales de litoral, capitales de interior y municipios de interior) y la elección del destino turístico se especifica mediante un modelo logit multinomial. El segundo objetivo es delimitar los factores determinantes de las decisiones que toman los turistas sobre la duración de su estancia y el número de municipios que visitan. Se aborda la primera mediante el análisis de la relación entre la duración de la estancia y el perfil socioeconómico del turista, la estancia se supone una variable discreta y se emplea un modelo binomial negativo truncado. Para explicar las decisiones sobre el número de

municipios visitados, la metodología econométrica utilizada es un modelo logit. Y el tercer objetivo del capítulo es el análisis de los factores determinantes del tipo de alojamiento, para lo cual se estiman modelos logit multinomiales. La información estadística de base son los microdatos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), desde el II trimestre de 2006 al IV trimestre de 2007, un total de 28.862 individuos.

El capítulo tiene cinco epígrafes, el primero introductorio. En el segundo se realiza un análisis descriptivo de la información utilizada. En el tercer epígrafe se especifican los modelos econométricos mencionados anteriormente y en el cuarto se exponen los resultados. El último epígrafe se destina a las principales conclusiones de la investigación.

El estudio monográfico del capítulo 9 se titula “Los efectos inducidos del turismo sobre la economía andaluza”. El contenido del mismo se inspira en la literatura económica sobre los multiplicadores y los estudios de impacto en el marco del análisis input-output. Su principal aportación es incorporar los efectos inducidos en el análisis de impacto del sector turístico, lo cual implica que no sólo se han de evaluar los efectos directos e indirectos del gasto turístico sino también las posteriores repercusiones que tiene sobre las rentas de las familias y sobre su consumo, esto genera una nueva expansión del gasto en la economía.

Los planteamientos más tradicionales del análisis input-output para valorar los efectos del turismo sobre la economía se basan en el uso de los denominados multiplicadores Tipo-I. Estos multiplicadores de renta y empleo relacionan los efectos directos e indirectos con el efecto directo. En el caso que nos ocupa, el modelo de simulación de efecto calcula multiplicadores de Tipo-II, éstos relacionan la suma de los efectos directo, indirecto e inducido con el efecto directo (gasto turístico). Para la estimación de estos multiplicadores y de los efectos inducidos se emplea un modelo input-output ampliado.

El capítulo tiene cinco epígrafes, incluido la introducción del primero. En el segundo epígrafe, de carácter teórico y amplio, se repasa la literatura

relevante sobre multiplicadores en el análisis input-output y se avanza las características del modelo a emplear, siendo particularmente interesante lo relativo a las relaciones entre los multiplicadores Tipo-I y Tipo-II. En el tercero se comenta la naturaleza de los estudios de impacto del sector turismo. Y en el epígrafe cuarto se miden los efectos inducidos del gasto turístico sobre la economía andaluza. El capítulo finaliza con las principales conclusiones que se agrupan en el epígrafe quinto.

Adelantar que los resultados obtenidos son muy interesantes por la magnitud del efecto inducido. En el impacto global del turismo sobre la producción andaluza, el multiplicador Tipo-I se cifra en 1,5 mientras que el Tipo-II, que incluye los efectos inducidos, se eleva hasta 3. Y en los efectos globales sobre la renta familiar, el de Tipo-I es 1,43 frente al de Tipo-II de 2,65.

1.2 Avance de resultados.

En las siguientes líneas se redactan algunas de las conclusiones más destacadas de la coyuntura turística en 2008.

En 2008, se altera la pauta de crecimiento económico mundial de los últimos años y buena parte de los países industrializados entran en recesión conforme avanza el año. Esta debilidad en el crecimiento económico ha repercutido sobre la actividad turística, deteriorando la demanda turística. A nivel mundial, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 924 millones de turistas y su tasa anual de crecimiento fue del 1,8 por ciento, lo que implica una disminución de 5 puntos porcentuales respecto a la tasa del año 2007.

La crisis financiera, el deterioro de la situación económica, la subida de los precios de los carburantes a principio de año y las expectativas negativas de los agentes económicos se citan como principales causas del debilitamiento de la demanda turística internacional.

Europa repite como la región con peor evolución, su tasa anual fue del 0,1 por ciento. Este estancamiento en 2008 se traduce en una caída del ritmo anual

de crecimiento de 5 puntos porcentuales respecto al año anterior. En España, las llegadas de turistas internacionales en 2008 fueron de 57,31 millones de turistas, un -2,3 por ciento respecto a 2007 (la tasa anual se reduce en 3,4 puntos porcentuales). En 2008 se agudiza el proceso de desaceleración de la tasa anual de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales a España de los últimos años, hasta llegar al valor negativo indicado. Aunque la evolución del gasto del turista internacional en 2008 fue de un 0,8 por ciento, en términos nominales; cifrándose el gasto de los turistas no residentes en 51.897 millones de euros.

También presentan un mejor comportamiento relativo el número de viajes de los turistas residentes con destino España y el empleo. La primera variable citada se elevó hasta 157,61 millones de viajes, con un crecimiento del 7,4 por ciento respecto al año anterior y contribuye, en alguna medida, a contrarrestar la evolución del turismo extranjero. En cuanto al empleo, la industria turística española ocupó a 2.623.389 personas, con un incremento anual del 1,8 por ciento, aunque este año continúa la desaceleración en el ritmo de creación de empleo. Pero, al menos en 2008, el sector turístico manifiesta una cierta resistencia a la destrucción de empleo en un contexto de crisis económica.

En el marco turístico de España, Andalucía en 2008 concentró el 14 por ciento de la entrada de turistas internacionales a España, el 15,2 por ciento del gasto turístico de los no residentes en el destino España, el 18,1 por ciento del turismo interior de los españoles, el 10,3 por ciento del tráfico aéreo nacional (tanto de pasajeros en tráfico aéreo como de llegadas internacionales de pasajeros) y el 18 por ciento de la oferta hotelera de España.

En 2008 visitaron Andalucía un total de 25.062.326 turistas, en tasa anual se traduce en un descenso del -2,9 por ciento respecto al año anterior. Es evidente que el ciclo turístico ha cambiado, se ha pasado de una tasa de crecimiento del 2,3 por ciento en 2007 al valor indicado para 2008. Aún con lo que supone de freno, Andalucía sigue manteniendo un alto número de turistas.

Los resultados turísticos en Andalucía en 2008 son más desfavorables en comparación con lo sucedido a nivel mundial, recordar que la tasa anual de

crecimiento en las llegadas de turistas internacionales se mantuvo positiva (1,8 por ciento). Y la evolución regional está más en líneas con lo ocurrido en España que registró una caída de -2,3 por ciento en las llegadas de turistas internacionales. La demanda turística del destino Andalucía ha sufrido el impacto del deterioro de las condiciones económicas del país y del entorno europeo, en 2008 se ha roto el largo periodo de tasas anuales de crecimiento positivas. No cabe duda de que los efectos renta sobre la demanda han sido importantes pero también se han dado efectos sustitución vía tipos de cambio, el euro se mantuvo muy fuerte frente a un colectivo amplio de divisas, entre ellas la libra y el dólar.

El flujo turístico por provincia sigue caracterizándose por su alta concentración en Málaga (34,3 por ciento), aumentando su peso respecto al año anterior. Otros destinos a resaltar son Cádiz (14,9 por ciento) y Granada (13,9 por ciento).

En cuanto a la evolución del número de turistas por nacionalidades, en 2008 visitaron Andalucía 15,34 millones de turistas españoles (60 por ciento) y 9,72 millones de turistas extranjeros (40 por ciento). Este año vuelven a ser, de nuevo, muy desiguales sus tasas anuales de crecimiento y de signo muy distinto a lo que sucedía el año anterior: contrasta el crecimiento anual positivo del 3,9 por ciento del turismo extranjero con la caída del -6,6 por ciento del turismo nacional. Hay que tomar con precaución estas evoluciones por lo erráticas que están resultando en los últimos años. En todo caso, en 2008 la distribución básica del turista que visita Andalucía es la siguiente: turistas procedentes de Andalucía (31,6 por ciento), turistas del resto de España (29,6 por ciento) y turistas extranjeros procedentes de la UE (29,2 por ciento).

Otros indicadores de la coyuntura turística en Andalucía en 2008 son los siguientes: las pernoctaciones en establecimientos hoteleros fueron de 44,1 millones de pernoctaciones y una disminución anual de -1,3 respecto al año anterior (en el periodo 2003-2008 el incremento medio anual de esta variable es del 3,6 por ciento); el empleo en la industria turística alcanzó a 424.806 personas con una evolución prácticamente estable, incremento anual de 0,2 por ciento (el incremento anual medio de esta variable en el periodo 2003-2008

es de 5,4 por ciento, Andalucía continúa presentando un mayor dinamismo que España en generación de empleo en el periodo señalado, aunque las diferencias se van reduciendo); y el tráfico aéreo de pasajeros en aeropuertos andaluces se cifró en 20,97 millones de pasajeros y registró una tasa anual del -6,1 por ciento, constituye una ruptura de la tendencia observada en los últimos años (el incremento medio anual de esta variable durante 2003-2008 fue del 6,5 por ciento).

En cuanto a los indicadores de oferta turística y de la ocupación, señalar en primer lugar que los ingresos de explotación de las empresas turísticas en Andalucía en 2008 se redujeron en un -3,1 por ciento respecto al año anterior, muy en línea con la evolución comentada del número de turistas que visitan Andalucía. El crecimiento anual entre las empresas de alojamiento fue muy dispar, con un -7,1 por ciento de disminución en los ingresos de los hoteles frente a un incremento del 23,4 por ciento en el caso de las casas rurales. En el resto de subsectores la evolución de los ingresos fue muy negativa, del -26,2 por ciento en agencias de viajes y del -27,6 por ciento en rent a car.

La oferta total de alojamientos en Andalucía en 2008 se cifra en 2.395 establecimientos y 240.561 plazas; y mantienen tasas positivas de crecimiento del 1,2 por ciento en número de establecimiento y del 3 por ciento según plazas. Apuntar que la oferta de plazas hoteleras creció un 3,8 por ciento respecto al año anterior. La comparación entre la situación del año 2001 con 2008 confirma la dinámica de crecimiento de la oferta de alojamientos, salvo para el caso de los acampamentos turísticos.

El grado de ocupación en hoteles en 2008 fue del 49,2 por ciento en Andalucía frente al 53,6 por ciento en España.

La evolución de la actividad según tipologías turísticas indica que en 2008 la tipología que registra un mejor comportamiento es el turismo rural y de naturaleza, las empresas que prestan servicios en esta tipología incrementaron sus ingresos en un 18 por ciento respecto al año anterior (el conjunto de empresas turísticas andaluzas experimentaron una reducción en sus ingresos

del -3,1 por ciento). El resto de tipologías ven disminuir sus ingresos de explotación. Sufren con más intensidad la reducción de actividad el turismo de sol y playa (-16,5 por ciento) y el turismo de negocios y reuniones (-12,6 por ciento).

Según el Indicador Sintético de Actividad Turística, la actividad turística en Andalucía disminuyó en 2008 en un -0,4 por ciento y en España en un -0,2 por ciento. Indica un importante freno en el ritmo de crecimiento de la actividad turística: si en el año 2007 la actividad turística sufrió una desaceleración de 0,8 puntos porcentuales, en 2008 la caída es de 4,2 puntos porcentuales respecto a la tasa de crecimiento del año anterior (3,8 puntos porcentuales en España).

En el periodo 2000-2007 la evolución de la actividad turística en Andalucía era más dinámica que en España, pero ya se observaba que ambas tasas de crecimiento iban gradualmente confluyendo. Hasta que en 2008 la tasa de actividad de España supera la de Andalucía por una pequeña diferencia.

Del Indicador Sintético de Actividad Turística por trimestres se desprende que es en el II trimestre de 2008 cuando se pasa de variaciones positivas trimestrales del índice sintético a variaciones negativas. Y que estas variaciones trimestrales negativas han ido en aumento a partir de la fecha indicada hasta el IV trimestre de 2008.

En el periodo 2000-2008, la tasa media anual del Indicador Sintético de Actividad Turística de Andalucía fue del 3,6 por ciento, todavía superior a la de España (3 por ciento).

En cuanto a las previsiones, a principio de año la OMT estimaba que las llegadas de turistas internacionales se mantendrían estables o disminuirían algún punto (en torno a - 2 por ciento). En fechas más reciente, el Banco de Santander calculaba que la industria turística española caería un -3 por ciento en 2009 y Exceltur avanza un descenso del PIB turístico de España del -5,6 por ciento.

Nuestras previsiones, a partir del Indicador Sintético de Actividad Turística, apuntan a una caída de la actividad turística en 2009 del orden del -5,7 por ciento en Andalucía y del -5,5 por ciento en España.

Se ha estimado el impacto del gasto turístico según nacionalidad en Andalucía en 2008 sobre la producción total, el valor añadido bruto y las importaciones. Sobre un gasto turístico de 17.100 millones de euros, el 55,3 por ciento fue realizado por los turistas nacionales y el 44,7 por ciento por turistas extranjeros. Conviene destacar que los turistas extranjeros representan el 40 por ciento del total de turistas que visitan la región y su gasto se eleva al 44,7 por ciento del gasto turístico total en la región, esto indica un consumo por visitante mayor para el caso de los extranjeros.

En la composición del gasto turístico directo, las ramas de actividad que en mayor medida satisfacen esta demanda son Restauración (25,5 por ciento), Hoteles (19,8 por ciento) y le siguen cuatro ramas (Servicios financieros y otros, Transportes, Comercio y Alimentación) con porcentajes en torno al 10 por ciento cada una de ellas.

Según la estructura del gasto de los turistas nacionales, las principales ramas son Restauración y Hoteles que acumulan el 37,2 por ciento del gasto de este colectivo; seguidos de Servicios financieros y otros y Comercio, cada una de ellas con un 12 por ciento aproximadamente. Y en el caso de los turistas extranjeros, el predominio en su estructura de gasto en Restauración y Hoteles es aún mayor, del 55,2 por ciento; seguidas de Servicios financieros y otros, Comercio y Transportes con pesos que giran sobre el 8-9 por ciento en cada una de ellas.

El gasto turístico en Andalucía en 2008 generó un efecto total sobre la producción de 25.436 millones de euros en las diferentes ramas de actividad de la economía andaluza. El 32,8 por ciento de la citada cifra se cataloga como el efecto indirecto y refleja la notable repercusión del gasto turístico sobre otras ramas de actividad, esto permite mantener la afirmación de que el turismo es un importante motor de arrastre en la economía regional.

Estos efectos indirectos son más intensos en las ramas de Alimentación, Servicios financieros y otros y Transportes.

El impacto sobre la producción del turismo nacional se cifra en 14.081 millones de euros (con mayor incidencia en Restauración, Servicios financieros y otros y Alimentación) y el impacto sobre la producción del turismo extranjero se eleva a 11.354 millones de euros (con una estructura por ramas muy similar a la del turismo nacional pero con un mayor peso en Restauración y Hoteles).

El gasto turístico en 2008 da lugar a un valor añadido bruto (VAB) de 12.869 millones de euros; de esta cifra 9.056 millones es VAB debido al efecto directo o gasto turístico y 3.812 millones son motivados por los efectos indirectos (29,6 por ciento del impacto total sobre el VAB). El turismo nacional contribuye motivando el 54,6 por ciento del efecto total sobre el VAB y el 45,6 por ciento restante corresponde al turismo extranjero.

En el conjunto de la economía de Andalucía, el impacto total del turismo sobre el VAB en 2008 equivale al 9,4 por ciento del VAB andaluz (el 5,1 por ciento tiene su origen en el turismo nacional y el 3,8 por ciento en el turismo extranjero). Y en términos de PIB, supone el 8,6 por ciento del PIB andaluz.

Las ramas que reciben un mayor impacto total sobre el VAB son Servicios financieros y otros, Hoteles y Restauración, con el 21 por ciento, el 17,6 por ciento y el 16,7 por ciento respectivamente; que podrían resumirse en Hoteles y Restauración debido a que en la rama de Servicios financieros y otros se incluyen los alquileres y los alquileres imputados. Otras ramas a destacar son Comercio (11,8 por ciento), Transportes (9,7 por ciento) y Alimentación (9,4 por ciento).

El impacto del gasto turístico sobre las importaciones en 2008 en Andalucía se valora en 3.941 millones de euros, de los cuales el 41 por ciento son efectos indirectos. Las ramas que registran mayores importaciones son Alimentación, Energías y otros, y Restauración. En la distribución del efecto sobre las importaciones, el gasto del turismo nacional motiva el 57,6 por ciento del total.

La estacionalidad, según las pernoctaciones hoteleras, ejerce una influencia positiva sobre esta variable durante los meses comprendidos entre abril y octubre, siendo más elevada en los meses de julio, agosto y septiembre; mientras que la estacionalidad negativa más alta se ubica en los meses de noviembre, diciembre y enero. Además, en 2008 la estacionalidad positiva se ha incrementado con respecto a 2003 en los meses de julio y agosto, con aumentos del 4,4 por ciento y 2,5 por ciento respectivamente; y la estacionalidad negativa se intensifica ligeramente en el mes de diciembre en 2008 respecto a 2003, en un 3,4 por ciento, mientras que en enero no se modifica.

Según los factores estacionales más extremos en 2008 en las pernoctaciones hoteleras: el índice estacional de agosto (1,62) implica que la estacionalidad positiva genera un aumento de las pernoctaciones del 62 por ciento respecto a su valor medio anual; y el índice de enero (0,55) induce a una caída de las pernoctaciones hoteleras del 45 por ciento respecto a su valor medio anual.

Respecto a otras Comunidades Autónomas, como Cataluña y especialmente Baleares, la estacionalidad en Andalucía, según las pernoctaciones hoteleras, es menos intensa, tanto en los meses de alta estacionalidad como en los meses de baja estacionalidad. Esto también ocurre respecto a España aunque las diferencias son menores que en los casos comentados.

En el estudio de la estacionalidad según la nacionalidad de los turistas, se observa que los periodos de estacionalidad positiva para los turistas españoles son el mes de abril y los meses comprendidos entre junio y septiembre; mientras que para los turistas extranjeros son los meses entre abril y octubre. El mes punta para los turistas españoles es agosto (1,89) y para los extranjeros septiembre (1,36) y se manifiesta con menor intensidad. En periodos de baja estacionalidad, esta se manifiesta con mayor intensidad en el mes de diciembre tanto para los turistas españoles (0,65) como para los turistas extranjeros (0,49), aunque algo más acentuada en este último colectivo.

El análisis de la evolución de la estacionalidad entre los años 2003 y 2008, según el número de turistas que visitan Andalucía, corrobora, en términos

generales, el comportamiento obtenido a partir de las pernoctaciones hoteleras. En la variable número de turistas, la estacionalidad positiva se da en el II y III trimestre, siendo en este último mayor (1,44) y se traduce en un aumento del 44 por ciento en el número de turistas en dicho trimestre respecto a su valor medio anual. Además, en el III trimestre el factor estacional en 2008 se incrementó en un 2,1 por ciento respecto al año 2003. La estacionalidad negativa aparece en el I y IV trimestre, en ambos con la misma intensidad (0,77), indicando que en dichos periodos la estacionalidad afecta al número de turistas disminuyéndolos en un 23 por ciento respecto a su valor medio anual.

En los turistas que visitan Andalucía y se alojan en hoteles se reproduce en términos cualitativos el efecto estacional comentado anteriormente. En todo caso, destacar que su índice estacional aumenta entre 2003 y 2008 en el III trimestre de forma algo más intensa comparado con la variable número total de turistas, con un incremento del 5,6 por ciento; y en el I trimestre la estacionalidad desciende en 2008 respecto a 2003, en un 8,3 por ciento según los factores estacionales.

El comportamiento estacional de los turistas que se alojan en establecimientos extrahoteleros sí muestra diferencias significativas frente al número total de turistas y frente a los turistas que se alojan en hoteles. Entre ellas, se detecta estacionalidad negativa en el II trimestre y el efecto estacional en el III trimestre es mucho más intenso.

En cuanto a la estacionalidad por provincias, según las pernoctaciones hoteleras, la intensidad de la estacionalidad en las provincias de interior es mucho menor que en las provincias de litoral. Entre las provincias de litoral, en los meses de alta estacionalidad la intensidad es mayor en la provincia de Huelva y en los meses de baja estacionalidad también Huelva, junto a Cádiz, son las provincias que la sufren de forma más pronunciada. En el caso de Huelva, con datos de 2008, sus factores estacionales extremos se dan en el mes de agosto (2,14) y diciembre (0,33); contrasta con los valores equivalentes de la provincia de litoral menos sometida relativamente a la estacionalidad como es Granada, cuyos valores extremos se ubican en

agosto (1,25) y noviembre (0,73). También se agrega, a efecto informativo, los valores extremos de Córdoba como provincia de interior, corresponden los valores extremos a mayo (1,56) y enero (0,45). Recordar que valores del índice estacional próximos a 1 significa ausencia de estacionalidad.

En general, el turista en 2008 no difiere esencialmente del que visitó Andalucía en los años anteriores. Es un turista mayoritariamente nacional y sobre todo andaluz aunque un porcentaje significativo proviene de otros países. Sigue siendo un turista familiar, de edad entre 30 y 65 años. Con una estancia media de diez días, oscilando por tipo de alojamiento entre los seis días de los que se alojan en hoteles y los quince días de los que se alojan en apartamentos o casas (alquiladas o en propiedad). Su principal motivación es el ocio. El turista elige con mayor frecuencia para hospedarse el hotel. Gasta del orden de 60 euros diarios en promedio. La percepción que el turista tiene del destino Andalucía es positiva, 7 sobre 10, aunque progresivamente va bajando en los últimos años, esto no se debe a una apreciación mala de una parte concreta de la experiencia del visitante sino más bien a una caída general de las calificaciones otorgadas a los distintos componentes a valorar. Sus opiniones se orientan a la necesidad de mejorar la oferta de ocio, los transportes, los servicios sanitarios y el trato dispensado.

En cuanto a las características del mercado de trabajo de la industria turística de Andalucía en 2008, lo primero a indicar es que la población activa se elevó hasta 486.692 personas, este colectivo representa el 16,8 por ciento de la población activa de la industria turística de España y Andalucía es la Comunidad con mayor peso, adelantando este año a Cataluña. Además, su tasa anual de variación fue del 4,6 por ciento, de nuevo supera la dinámica de España (4,3 por ciento), aunque en Andalucía se ha producido una cierta desaceleración en el crecimiento de la población activa. En todo caso, Andalucía registra en el periodo 2003-2008 un aumento de población activa superior a 120.000 personas, con incrementos anuales medios de más de 24.000 activos.

En 2008, tanto en Andalucía como en España la industria turística continúa siendo un sector especialmente importante desde el punto de vista de la

generación de empleo. La población ocupada en la industria turística andaluza fue en 2008 de 424.806 ocupados, con una dinámica de estabilidad respecto al año anterior, tasa anual del 0,2 por ciento; incremento muy por debajo del registrado en 2007 (5,8 por ciento) o en 2006 (6,9 por ciento). En el periodo 2003-2008 la industria turística de la región generó un empleo neto de 110.000 puestos de trabajo, contribuyendo de forma importante a los 460.000 empleos netos de la industria turística española en idéntico periodo.

La población ocupada en 2008 en la industria turística de Andalucía equivalía al 19,4 por ciento del empleo total del sector servicios y al 13,5 por ciento del conjunto del empleo regional.

Como consecuencia lógica de la evolución experimentada por la población activa y por la población ocupada en la industria turística de Andalucía, la población parada ha sufrido un importante incremento en 2008. El número de parados ha ascendido hasta 61.886 personas, esto se traduce en un incremento del 50,9 por ciento respecto al año anterior (frente al 36,2 por ciento de España). Y la tasa de paro se eleva hasta el nivel del 12,7 por ciento (superior a la de España, 9,2 por ciento), su evolución es muy negativa presentando un incremento anual del 44,2 por ciento respecto al año anterior (frente al 30,7 por ciento de España).

En términos de paro registrado, en el sector hostelería (hoteles y restauración) de Andalucía se contabilizó en 2008 una cifra de 59.764, con un crecimiento anual del 31,5 por ciento (frente al 35,2 por ciento de España). El incremento del desempleo se ha producido en mayor medida entre los hombres, pero el peso de las mujeres en la población parada en hostelería sigue siendo extraordinariamente superior al de los hombres (62,5 por ciento frente al 37,5 por ciento). La provincia con un mayor volumen absoluto de parados en la hostelería es Málaga, seguida de Cádiz, Sevilla y Granada.

A partir de los datos de la EPA sobre ocupados en la industria turística, los resultados revelan que los trimestres de baja estacionalidad son el I y el IV, tanto para Andalucía como España, y que el efecto más negativo de la estacionalidad sobre la ocupación se produce para Andalucía en el I trimestre,

donde el efecto estación genera una caída del total de ocupados de un 5 por ciento respecto a su valor medio anual. En el III trimestre se da una estacionalidad positiva que es más intensa en Andalucía, en esta región el efecto estación sobre la ocupación se traduce en un crecimiento del 6 por ciento respecto a su valor medio anual.

Según los datos de trabajadores afiliados en alta laboral a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes, los resultados muestran que en los meses entre mayo y septiembre el efecto de la estacionalidad positiva es más intenso en Andalucía (en julio y agosto, el componente estacional provoca un incremento de la ocupación del 9 por ciento y 8 por ciento respectivamente); y para los meses entre octubre y marzo, los índices estacionales son inferiores a 1 (el efecto negativo más intenso se da en los meses de diciembre, enero y febrero; en enero la estacionalidad provoca una caída de la afiliación a la Seguridad Social del 7 por ciento).

En España el efecto del ciclo sobre el total de ocupados en la industria turística es negativo desde el I trimestre de 2008, mientras que en Andalucía se retrasa y la destrucción de empleo asociada al ciclo económico se inicia en el III trimestre de 2008.

Con datos mensuales, de afiliación a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes, la entrada en la fase recesiva del ciclo se produce en marzo de 2008, tanto para Andalucía como para España, intensificándose el proceso de destrucción de empleo a partir de dicho mes.

En términos generales, la valoración media que se desprende de los resultados de la Encuesta al Sector Turístico alcanza un nivel de 3,04 (en una escala de 1 a 5), es una valoración positiva del comportamiento del año turístico 2008. Aunque también es cierto que la opinión empresarial sobre la coyuntura turística ha ido empeorando en los últimos años, comparada con el 3,3 de 2007 o con el 3,54 de 2006.

Todas las tipologías turísticas experimentan una pérdida de puntuación similar a la del conjunto del sector, a excepción del turismo rural y de naturaleza

cuya valoración del año turístico es muy similar a la del año anterior. En 2008, la valoración del año turístico oscila entre el valor mínimo registrado en el turismo de negocios y reuniones (3,01) y el valor máximo del turismo deportivo (3,30), el resto se mueve sobre el valor medio señalado.

Lo mismo ocurre por subsectores, las valoraciones son en general inferiores a las del año anterior a excepción del sector de casas rurales; siendo el sector de hoteles uno de los que más se aprecia esta caída de valoración, del 3,10 en 2008 frente al 3,48 de 2007. En 2008 las valoraciones mejores se dan en el sector de alojamiento, en hoteles (3,10) y casas rurales (3,10), por comparación con las agencias de viajes (2,80) y la menor valoración en el segmento de rent a car (2,77).

La respuesta empresarial a la pregunta sobre la influencia del deterioro económico en su negocio turístico en 2008 fue la siguiente: el conjunto del sector manifestó que estas circunstancias le afectaron bastante (escala 4 sobre 5) o moderadamente (3), en un 42,2 por ciento y un 33,6 por ciento de las empresas encuestadas respectivamente. Por tipologías, los resultados son similares a los globales, con el turismo cultural a la cabeza en cuanto a porcentaje de empresas que se han encontrado bastante afectadas (4), el 47,8 por ciento del total de empresas que atienden a esta tipología. Por subsectores, el sector hotelero tiene resultados muy similares a los del conjunto del sector turístico, en él el 45,2 por ciento interpreta que la coyuntura le ha afectado bastante (4); el sector de casa rurales responde en una mayor medida resaltando unos efectos moderados (3), el 37,7 por ciento de las empresas de este sector; las agencias de viajes responden que en mayor medida se sienten bastante afectadas (4) por el comportamiento de la economía, un 50 por ciento de este colectivo; y el sector rent a car es el que cuenta con un mayor porcentaje de respuestas indicando que la crisis le ha afectado de forma extrema (5), un 20 por ciento.

Si se suman los porcentajes de las respuestas de la influencia de la situación económica correspondientes a las categorías de bastante afectadas (4) y extremadamente (5), podríamos afirmar que los efectos más negativos de la

coyuntura económica son percibidos por el 50,6 por ciento del sector turístico. Por tipologías, la situación de la economía ha afectada negativamente con las siguientes intensidades: turismo deportivo (57,6 por ciento), turismo de negocios y reuniones (53,4 por ciento), turismo cultural (52 por ciento), turismo rural y de naturaleza (48,2 por ciento) y turismo de sol y playa (45,2 por ciento). Por subsectores, los impactos más negativos se sienten con las siguientes intensidades: agencias de viajes (56 por ciento), rent a car (52,5 por ciento), hoteles (52,6 por ciento) y casas rurales (41,2 por ciento).

Por otro lado, las empresas turísticas consideran que la situación de la coyuntura económica provocará en sus empresas un efecto notable (efecto 3 sobre 5) en áreas como los ingresos, la ocupación y la estancia media, disminuyendo sus valores.

El principal reto a nivel empresarial es el de “mantener ingresos y clientes” con el 71,4 por ciento de las opiniones empresariales expresadas, muy en consonancia con las preocupaciones ante la coyuntura actual; otros retos de esta naturaleza para el conjunto del sector son el “incremento de ingresos y ventas” (18,5 por ciento) y la “captación de clientes” (11,1 por ciento). Todas las tipologías recogen como más importante el reto de “mantener ingresos y clientes” pero lo hacen con diferentes intensidades, el mayor énfasis en este reto se da en el turismo de sol y playa (63,8 por ciento) y el menor en el turismo rural y de naturaleza (42,7 por ciento). Por subsectores, este reto está más presente en hoteles (60 por ciento) y sobre todo en rent a car (78,6 por ciento).

Según las opiniones empresariales, los principales retos para el conjunto de Andalucía como destino turístico son el mantenimiento de ingresos y clientes (45,6 por ciento), la mejora de la promoción e inversión (12,1 por ciento), el incremento de ingresos y ventas (11,8 por ciento) y la captación de clientes (11 por ciento).

Los resultados de las opiniones empresariales sobre el perfil de sus clientes, a grandes rasgos, son los siguientes: son en su mayoría personas procedentes del resto de España (48,8 por ciento), con un nivel de renta medio o medio-alto

(45,3 por ciento y 51,7 por ciento respectivamente), cuya principal actividad que realizan en destino es la visita de tipo cultural y al entorno natural y las motivaciones principales que le incitan a viajar son las de descansar y conocer nuevos lugares, costumbres y culturas.

En 2008, los ingresos de explotación obtenidos por las empresas turísticas se han reducido respecto al año anterior en un -3,2 por ciento frente al incremento del 3,8 por ciento correspondiente al año 2007. Este es una buena medida del impacto de la coyuntura económica adversa aunque hay que resaltar que este valor medio tiene una elevada desviación típica, esto indica que se detecta una amplia diversidad de respuestas en esta materia dificultando su interpretación. Por tipologías, los incrementos de los ingresos de explotación se han dejado sentir más intensamente en el turismo de sol y playa y en el turismo de negocios y reuniones. Y por sectores, los más afectados son los rent a car, tal como se citó con anterioridad.

En las expectativas de crecimiento de los ingresos de explotación en 2009, impera un estado de pesimismo en el empresariado turístico andaluz. Hasta un 58,7 por ciento de los encuestados manifiestan una expectativa de crecimiento de los ingresos inferior al año anterior y un 32,4 por ciento espera un nivel de crecimiento similar. Las expectativas por tipologías son similares a las del conjunto del sector, con la particularidad de que en el turismo rural y de naturaleza y en el turismo de negocios y reuniones las expectativas son algo más negativas, mientras que en el turismo deportivo ocurre lo contrario. Por sectores, las expectativas de crecimiento de los hoteles y casas rurales son muy similares a la del conjunto del sector turístico.

Otro resultado de la encuesta es el relativo a las fortalezas que percibe el empresariado sobre la situación del turismo en Andalucía. Los dos aspectos mejor valorados, con diferencia, son la variedad de la oferta (45,3 por ciento) y el clima, recursos naturales y paisaje (39,8 por ciento).

En la valoración del esfuerzo que las empresas turísticas han realizado en 2008, los empresarios señalan en los primeros lugares al esfuerzo en "mejorar

la cualificación de los trabajadores mediante formación” (3,25 sobre 5) y a la “aplicación de cambios en los métodos de comercialización” (3,15); y la peor valoración se otorga a la “mejora de la cualificación por nuevas incorporaciones de personal” (2,35).

Las valoraciones de los empresarios turísticos sobre el nivel formativo de sus empresas en 2008 son, en general, positivas; superan ligeramente los 3,9 puntos (sobre 5) las tres cuestiones planteadas: el nivel actual de formación de sus trabajadores para el trabajo que desempeñan, la adecuación del nivel de formación a los puestos de trabajo desempeñados y el nivel de formación en el conjunto del sector turístico. La puntuación en esta materia en 2008 mejora respecto al año anterior.

En las opiniones sobre las principales carencias en formación de la plantilla de sus empresas, resaltan las insuficiencias en el idioma (55,2 por ciento), la necesidad de una mayor formación en nuevas tecnologías (16,2 por ciento) y las carencias de otros conocimientos y de cursos específicos (15,8 por ciento). Y las áreas de las empresas en donde se manifiestan las mayores necesidades de formación son en restaurante/cocina (29,3 por ciento), recepción (25,8 por ciento) y área comercial (15,8 por ciento).