

El turismo en la economía andaluza

1. Introducción

En el siglo XVII, William Petty señalaba en su obra *Political Arithmetick*, que se gana mucho más por la manufactura que por la labranza, y más por el comercio que por la manufactura, resaltando así la importancia de la actividad comercial, seguida de la industrial, en el desarrollo económico de un país (Velarde, 1999-2000, pág. 211). La industria y la construcción superan a la agricultura desde 1941 en su aportación al VAB de nuestro país, con participaciones ese año del 30,3 y del 25,9%, respectivamente. Desde los años cincuenta tuvo lugar en España un intenso proceso de desagrarización simultáneo a la expansión industrial y sobre todo de los servicios, sector este último que inicia a mediados de siglo un proceso de crecimiento, lento al principio y más acusado en los años sesenta. Desde la puesta en marcha del Plan de Estabilización en 1959, el desarrollo del sector turístico español se vio favorecido con la fijación de un tipo de cambio de nuestra moneda más realista que el establecido hasta entonces, situándolo en 60 pesetas el dólar en ese año, lo que impulsó notablemente la entrada de turistas en nuestro país (1). Es a partir de 1992, cuando la participación de los servicios en el VAB nacional (64,4%) duplicaba por primera vez a la de la industria y la construcción (31,1%), y así hemos llegado a finales del siglo XX, en que el sector servicios supera ya el 65% del VAB nacional. Actualmente, la estructura sectorial del VAB en España es similar a la que tienen otros países desarrollados, con un predominio del sector servicios (superior al 60%), seguido en importancia del sector industrial (entre el 25% y el 30%) y una participación pequeña pero significativa del sector primario (en torno al 5%).

Las actividades relacionadas con el turismo han tenido, como es sabido, una importancia crucial en el suministro de las divisas necesarias para financiar el déficit comercial crónico de la economía española y mantener su proceso de desarrollo económico desde el Plan de Estabilización de 1959 (2). España ocupa actualmente la segunda posición mundial en cuantía de ingresos por turismo con una cuota de mercado del 6,5% en el año 2000, posición privilegiada a la que se ha llegado en sólo cuatro décadas, mediante una evolución en la que se pueden distinguir cuatro etapas.

Los ingresos por turismo recibidos por España han crecido de forma continuada desde los años cincuenta con oscilaciones dependiendo de la fase del ciclo económico de la economía mundial. Hemos distinguido cuatro etapas entre los años 1952 y 1995, llegando la primera de ellas hasta el

Plan de Estabilización (1959), la segunda comprende la expansión económica de los años sesenta hasta la primera crisis del petróleo (1973), la tercera abarca los años de la crisis de los setenta y los ochenta, hasta 1985; y la última etapa llega hasta 1995 (cuadro 1).

En el período 1952-1959, es insignificante la entrada de divisas por turismo en España, ayudando en escasa cuantía a la economía española para financiar las importaciones de mercancías. Posiblemente, esta penuria en la entrada de divisas, sobre todo de dólares, tenga mucho que ver con el tipo de cambio oficial de la peseta, establecido en 1948 en 39 pesetas el dólar, cotización que se mantuvo hasta 1957 en que pasó a ser de 42 pesetas el dólar, cuando en el mercado negro y en Tánger cotizaba a 60 pesetas. Efectivamente, y según Tamames y Rueda (1997, pág. 563), conforme se fue ampliando la diferencia entre las cotizaciones oficial y libre de la peseta, los turistas que venían a España preferían cambiar sus divisas por pesetas antes de cruzar la frontera o las canjeaban en España en el mercado negro, logrando así un cambio mucho más favorable que el oficial. Con toda seguridad, la entrada de turistas en España creció esos años mucho más que los ingresos de divisas.

En la segunda etapa, que comprende la larga expansión económica de los años sesenta y primera mitad de los setenta, con el cambio ya a 60 pesetas el dólar, los ingresos anuales por turismo experimentaron un aumento considerable, tanto en cifras absolutas como relativas, con una tasa media de crecimiento del 28,2% anual, la más alta de los períodos considerados. Destaca aquí el salto del 130% que se produce en los ingresos turísticos entre 1959 y 1960, el mayor de todos los períodos. El tercer período analizado coincide con la década de crisis económica (1975-1985); durante ella los ingresos de divisas por turismo alcanzaron un nivel medio anual próximo a 6.000 millo-

nes de dólares, si bien la tasa media de crecimiento anual fue mucho más pequeña que en el período anterior.

La última fase considerada (1986-1995), se caracteriza por una intensa recuperación de la economía mundial. Es en estos años cuando España consigue convertirse en uno de los principales destinos turísticos del mundo, multiplicando por más de tres los ingresos anuales respecto al período anterior, con crecimientos medios del 12,7% anual.

De lo anterior se deduce que si bien el turismo en España ha tenido y sigue teniendo una gran importancia (3), sus ingresos crecen menos en épocas de crisis económica, lo cual por otra parte es lógico, por lo que no podemos afirmar, de manera rotunda, que el turismo en España no conozca la crisis, como indicaba Cals (1987, pág. 206) al analizar el comportamiento de la demanda turística española en el período 1973-1985 (4).

Dada la importancia del turismo dentro del sector servicios, es conveniente atender a su dimensión territorial, como recomienda el Instituto de Estudios Turísticos (1997, pág. 5), debiéndose hacer un análisis por regiones de los efectos generados por la actividad turística con objeto de aplicar políticas específicas de desarrollo turístico, como puede ser el diseño de un plan promocional o la dotación de un presupuesto de infraestructuras turísticas.

Por ello, en este artículo se analizan los aspectos más relevantes del sector turístico en Andalucía en la segunda mitad del siglo XX, en tres aspectos diferentes. En el primero, se describe la evolución reciente de la demanda y la oferta turística de Andalucía en relación con el resto del país. En el segundo, analizamos las variables macroeconómicas del sector turístico en el conjunto de la región y por provincias en el período 1955-1995, y en el tercero se hace una estimación del impacto económico, en términos de producción y de empleo, del sector turístico en la economía andaluza, en base a los datos del SAETA (Sistema de análisis y estadística del turismo de Andalucía) correspondientes al año 2000. Finalmente presentamos unas consideraciones finales extraídas del trabajo.

2. Evolución reciente de la demanda y la oferta turística en Andalucía

Parece conveniente comenzar con un análisis de la evolución reciente de la oferta y la demanda turística en nuestra región (5), que no pretende ser exhaustivo debido a la escasa información sobre

CUADRO 1
INGRESOS POR TURISMO EN ESPAÑA

Período	Ingresos anuales medios (millones de \$)	Variación anual media (%)
1952-1959	88	16,7
1960-1973	1.308	28,2
1974-1985	5.764	9,1
1986-1995	18.034	12,7

Fuente: Secretaría General de Turismo y elaboración propia.

la estructura del sector turístico andaluz, así como por la orientación más agregada del trabajo que pretendemos realizar (6).

Andalucía ha tenido tradicionalmente gran relevancia como destino turístico, con algunas oscilaciones (cuadro 2). Los viajeros alojados en hoteles andaluces han aumentado desde el 16,3% sobre el total nacional que suponían en 1976 hasta el 18,1% en 1985, para luego experimentar una caída durante la segunda mitad de la década de los ochenta y quedar en torno al 17% en 1990. En la última década del siglo pasado se aprecia una clara recuperación hasta situar la ocupación hotelera de Andalucía en niveles próximos al 19% en el año 2000. La pérdida de cuota en el total nacional a finales de la década de los ochenta y principios de los noventa se explica por la crisis del modelo turístico tradicional de sol y playa, en el que Andalucía se había especializado (7). Esta crisis del sector turístico, agravada en el caso de Andalucía, fue el resultado de varios factores, entre los que destacan el encarecimiento relativo de los servicios turísticos españoles y el tipo de cambio de la peseta, la aparición de nuevos competidores en el área mediterránea y la crisis económica global, que junto a la elevada elasticidad-renta del turismo, hizo que los efectos negativos de esta crisis se hicieran más intensos en este sector que en otras actividades productivas (Torres, 1993, págs. 454-455). El Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía 1993-1999 (Plan DÍA) y la Ley de Turismo de 1999 (8) han ayudado a transformar la oferta turística andaluza, anteriormente casi exclusivamente dirigida hacia la satisfacción del turismo tradicional de sol y playa basado en precios bajos, un turismo pasivo y escasos servicios com-

plementarios al estrictamente de alojamiento. El nuevo modelo de turismo, surgido tras la crisis del modelo tradicional y potenciado por el Plan DÍA, se caracteriza básicamente por una oferta turística más diversificada, una mayor profesionalización del sector (9) y un turismo de mayor calidad y exigencia, que no se limita a demandar alojamiento a pie de playa, sino que manifiesta un mayor interés por la naturaleza, deporte y actividades culturales.

La crisis económica actual, agravada por los fatídicos acontecimientos del 11-S-2001, aunque no se puede comparar con la crisis anterior ni en intensidad ni en duración, está provocando una revisión a la baja de las previsiones de crecimiento del sector turístico. No obstante, la depreciación del euro frente al dólar, el mayor dinamismo de las economías europeas (principal fuente emisora de clientes extranjeros en el mercado turístico andaluz) en relación con Estados Unidos y el mayor peso actual del turismo nacional, están minimizando los efectos negativos de esta crisis en el sector turístico andaluz.

En el cuadro 2 se puede observar también la participación de las ocho provincias andaluzas en el total de la región. Se ve claramente que en los veinticinco años que van de 1975 a 2000, ha aumentado la participación de Almería, Huelva, Granada y Sevilla en el movimiento de viajeros en hoteles, habiendo disminuido esa participación en Córdoba, Jaén y Málaga, mientras que Cádiz mantiene estable su peso relativo en ocupación hotelera. Resulta evidente que las dos provincias más en el interior de Andalucía (Córdoba y Jaén) van perdiendo importancia relativa. Las dos provincias con mayor población de Andalucía tienen

CUADRO 2
OCUPACIÓN HOTELERA EN ANDALUCÍA Y ESPAÑA
(Cifras absolutas y entre paréntesis los porcentajes)

	1976	1980	1985	1990	1995	2000
Almería	256.066 (6,5)	332.686 (8,2)	310.009 (6,1)	390.940 (6,9)	497.545 (7,3)	803.629 (7,2)
Cádiz	503.876 (12,8)	440.739 (10,9)	460.787 (9,1)	715.786 (12,6)	784.885 (11,5)	1.424.191 (12,7)
Córdoba	316.226 (8,3)	322.183 (7,9)	366.983 (7,2)	424.071 (7,5)	545.912 (8,0)	866.408 (7,7)
Granada	473.127 (12,1)	567.005 (14,0)	798.805 (15,7)	842.402 (14,9)	1.057.146 (15,5)	1.743.485 (15,6)
Huelva	149.150 (3,8)	119.295 (2,9)	131.530 (2,6)	175.102 (3,1)	2.786.176 (4,1)	465.693 (4,2)
Jaén	214.222 (5,4)	252.511 (6,2)	237.189 (4,7)	387.116 (5,8)	277.183 (4,1)	496.548 (4,4)
Málaga	1.412.327 (35,9)	1.396.771 (34,4)	1.878.803 (31,0)	1.797.708 (31,7)	1.995.755 (29,3)	3.298.647 (29,5)
Sevilla	613.464 (15,6)	628.199 (15,5)	895.166 (17,6)	990.469 (17,5)	1.372.201 (20,1)	2.069.516 (18,5)
Andalucía	3.938.458 (16,3)	4.059.389 (17,6)	2.079.272 (18,1)	5.663.594 (17,0)	6.809.303 (19,0)	11.168.118 (18,8)
España	24.192.745	23.078.274	28.137.640	33.236.960	37.456.577	59.282.522

Fuente: Movimiento de viajeros en Establecimientos Hoteleros (1976-1995), encuesta de Ocupación Hotelera (2000), INE.

comportamientos divergentes en esta cuestión: en el cuarto de siglo analizado, Málaga reduce su ocupación hotelera relativa en Andalucía desde el 35,9 al 29,5%, mientras que Sevilla la aumenta del 15,6 al 18,5%. En el caso de Sevilla, la explicación puede estar en el impulso que ha recibido la ciudad tras ser designada en 1982 capital de la comunidad autónoma, y también por haber sido la sede de la Exposición Universal de 1992. La caída relativa (que no absoluta) de Málaga en ocupación hotelera, debe estar relacionada con el ascenso de otras provincias y con la creciente proliferación de apartamentos, no incluidos en la oferta hotelera.

En el lado de la oferta, centramos el análisis en tres componentes: alojamiento (número de establecimientos y de plazas), restauración (restaurantes y cafeterías) y agencias de viajes.

En cuanto a la oferta de alojamiento, fue creciendo a lo largo del período 1974-2000, tanto en número de establecimientos como de plazas, si bien el crecimiento de este último fue menor (10). Por modalidades de alojamiento, la distribución en Andalucía a finales de los noventa era en promedio la siguiente: un 47% en hoteles, un 29% en camping, un 14% en apartamentos y un 10% en pensiones.

El mayor crecimiento en la década de los noventa correspondió a hoteles, con un 3,6% acumulativo anual, aunque su peso en la oferta total de alojamientos ha ido descendiendo desde el 54% que representaba en 1980, año en el que alcanzó una participación máxima. En el otro extremo tenemos las pensiones y albergues, que de representar el 14% de la oferta total de alojamientos en 1980, pasaron al 10% a finales de la década de los noventa.

Una de las tipologías de alojamiento turístico que más ha crecido en los últimos decenios, especialmente a partir de los años setenta, y de la que apenas se tiene información estadística, son los apartamentos turísticos y de segunda residencia, que se han convertido en el alojamiento sustitutivo por antonomasia de los hoteles. En el Libro Blanco de la Costa del Sol oriental (1987-1989) se calculaba la existencia de 280.000 plazas en apartamentos de uso turístico frente a 70.000 en hoteles. Cálculos recientes estiman hasta una oferta en toda Andalucía de 1.250.000 plazas en apartamentos en la actualidad, aunque esta cifra podría ser algo exagerada al incluir las segundas residencias en la periferia de las ciudades.

El espectacular crecimiento experimentado por los acampamentos ha respondido en buena medi-

da al desarrollo de las infraestructuras de transporte terrestre en nuestra región y al mayor apoyo de la Administración a partir de los años ochenta, lo que ha permitido que este tipo de alojamientos representen el 30% de las plazas disponibles en Andalucía a finales de la década de los noventa, frente al 13% que representaban en 1974.

En los años 1991 y 1993, anterior y posterior al de la Exposición Universal de Sevilla, las variaciones de la demanda no fueron acompañadas por variaciones de la oferta en el mismo sentido. Sin embargo, durante la segunda mitad de la década de los noventa, el mercado turístico en Andalucía fue mucho más estable, aunque sigue existiendo una escasez de infraestructura turística, no sólo en número de plazas y establecimientos (14,3% del total nacional) sino en toda clase de servicios relacionados con el turismo, para hacer frente a la creciente cuota regional en el número de turistas (18,8%) que eligen nuestra comunidad como destino de sus vacaciones (cuadro 3).

Respecto a la oferta de restauración en Andalucía, ha experimentado también un espectacular crecimiento desde los 1.922 establecimientos que existían en 1986 hasta los 6.020 en 1994. Una importante proporción de este crecimiento se ha concentrado en la década de los noventa, mostrando en 1992 el aumento más acusado, con un 11,2%. La mayor parte de esta oferta corresponde a restaurantes (89%) y el resto (11%) a cafeterías, concentrándose principalmente en Málaga y Sevilla.

Finalmente, el número de agencias de viajes, como tercer componente de la oferta turística, también creció durante la década, especialmente en 1995 y 1996, años que registraron una tasa de variación del 9,1 y del 10,4%, respectivamente.

3. La importancia del sector turístico en Andalucía: análisis regional y provincial

Generalmente, se identifica al sector turístico con la rama de *Hostelería y Restauración*, que engloba la oferta hotelera, la extrahotelera (hostales, albergues y camping) y la oferta turística complementaria (cafeterías, bares, restaurantes, discotecas y similares), excluyendo otras actividades relacionadas con el turismo como las agencias de viajes, agencias de transporte y alquiler de apartamentos. Utilizamos información sobre el VAB (c.f.), el empleo (número de empleados) y la productividad de la rama de hostelería y restauración para conocer la relevancia del sector turístico en Andalucía (11).

CUADRO 3
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA REGLADA ANDALUZA

	1974	1980	1985	1990	1995	2000
N.º total plazas	198.157	179.965	205.112	248.343	285.258	321.656
% sobre el total nacional	14,9	11,9	14,5	12,0	—	14,3
Distribución de la oferta de plazas por categorías (%)						
Hoteles	53,1	54,1	50,8	44,0	45,5	47,1
Apartamentos	25,0	20,5	17,5	15,5	13,8	14,4
Pensiones	12,7	14,4	11,7	15,5	10,4	9,7
Cámping	9,2	11,0	20,0	25,0	30,2	28,7

Fuente: INE, IEA, SAETA y elaboración propia.

El VAB aportado por el sector turístico en Andalucía ha ido ganando peso gradualmente en el VAB total andaluz en los cuarenta años analizados, ya que ha pasado del 2,6% que suponía en 1955 el 8,1% en 1995, o sea que ha multiplicado por algo más de tres el porcentaje que tenía en 1955. Sin embargo, el VAB del sector turístico en Andalucía ha ido perdiendo peso ligeramente en el VAB de ese sector a nivel nacional, al haberse reducido desde el 15,2% que suponía en 1955, hasta el 13,9 en 1995, o sea una pérdida de algo más de un punto porcentual en esos cuarenta años (cuadro 4).

En cuanto a otras comunidades autónomas, Baleares y Canarias son las que han elevado más su participación en el VAB turístico nacional en el período 1955-1995, con siete puntos porcentuales de aumento en el caso de Baleares y seis en el de Canarias, mientras que la Comunidad Valenciana ha elevado en casi dos puntos su participación. Sin embargo, Madrid ha reducido su participación en seis puntos y el País Vasco en dos. El resto de las comunidades autónomas no ha experimentado cambios significativos en su participación relativa.

En 1955, las regiones con mayor peso en el VAB turístico nacional eran, por este orden, Madrid (21%), Cataluña (16,8) y Andalucía (15,1), las cuales continuaban siendo cuarenta años después las más relevantes en sentido turístico aunque con algunos cambios: Cataluña (17,7), Madrid (15) y Andalucía (14) a las que hay que añadir Baleares (11,1) y Canarias (9,1).

En cuanto al empleo de este sector en Andalucía respecto al total de empleos en esta región (cuadro 5), evoluciona, como es lógico, de manera similar al VAB del sector en la región, al aumentar desde el 3% que suponía en 1955 hasta el 7,8

en 1995, si bien este aumento (que ha supuesto multiplicar por 2,6 el porcentaje de 1955) ha sido menor que el registrado en el VAB del sector, según hemos señalado anteriormente. No ocurre lo mismo con el porcentaje que representa el empleo del sector en Andalucía, respecto al empleo del mismo sector a nivel nacional, ya que muestra un ligero descenso, en torno a un punto porcentual.

CUADRO 4
IMPORTANCIA RELATIVA
DEL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ
(Valor Añadido Bruto)

Año	VAB turístico andaluz (millones pesetas corrientes)	VAB turístico andaluz/VAB regional (%)	VAB turístico andaluz/VAB turístico nacional (%)
1955	1.523	2,6	15,2
1957	2.027	2,7	14,8
1959	2.673	2,9	14,4
1961	3.726	3,3	14,5
1963	4.942	3,3	14,1
1965	6.401	3,4	13,6
1967	8.066	3,4	13,0
1969	10.086	3,5	12,2
1971	14.160	3,6	12,6
1973	20.887	3,8	13,0
1975	31.270	3,9	12,9
1977	52.048	4,3	13,1
1979	82.522	4,8	13,2
1981	110.813	5,0	13,3
1983	158.277	5,5	13,2
1985	209.762	5,8	13,1
1987	300.846	6,5	13,3
1989	369.281	6,3	13,3
1991	472.023	6,5	13,3
1993	578.965	7,2	13,2
1995	726.229	8,1	13,9

Fuente: Renta Nacional de España, Fundación BBVA.

CUADRO 5
EMPLEO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA

Año	Empleo turístico Andalucía (N.º personas)	Empleo turístico And./Empleo total And. (%)	Empleo turístico And./Empleo turístico nac. (%)
1955	60.345	3,0	16,5
1957	64.024	3,2	16,2
1959	69.007	3,4	16,3
1961	75.782	3,8	16,6
1963	78.198	3,9	16,1
1965	80.075	4,0	15,7
1967	82.082	4,2	15,2
1969	84.900	4,3	14,6
1971	89.456	4,5	14,8
1973	95.026	4,8	15,0
1975	97.282	5,1	15,1
1977	98.670	5,2	15,1
1979	99.461	5,3	15,0
1981	100.021	5,5	14,9
1983	102.549	5,8	14,9
1985	109.216	6,2	15,0
1987	118.307	6,5	15,2
1989	123.611	6,6	15,4
1991	126.842	6,6	15,1
1993	127.562	6,9	15,0
1995	146.215	7,8	15,4

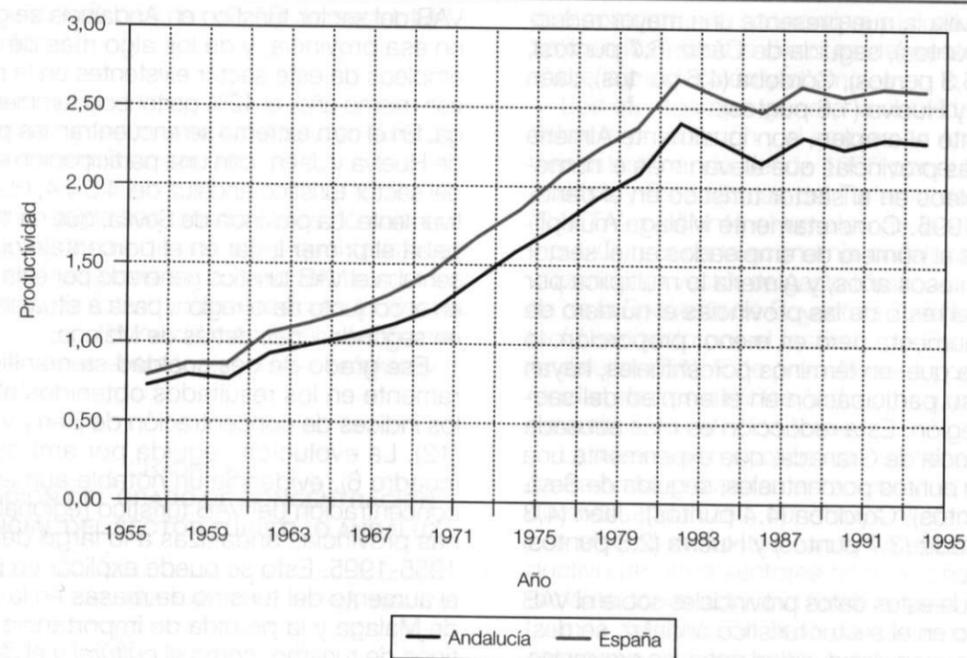
Fuente: Renta Nacional de España, Fundación BBVA.

En resumen, de la evolución del VAB turístico y del empleo del sector en Andalucía en el período 1955-1995, se deduce el aumento de su peso e importancia en la economía andaluza, mientras que su participación en el conjunto turístico nacional no ha aumentado e incluso se ha reducido.

Presentamos a continuación la evolución de la productividad aparente del sector en Andalucía (medida como cociente entre el VAB del sector turístico de la región a precios constantes y el número de empleos del sector) y en España (gráfico 1). En ambos casos, se aprecia un aumento de esta variable a lo largo de esos cuarenta años, con una mayor productividad del sector a nivel nacional que en Andalucía, que ha ido aumentando desde 1955 hasta 1987, año en el que ese diferencial registra un valor máximo.

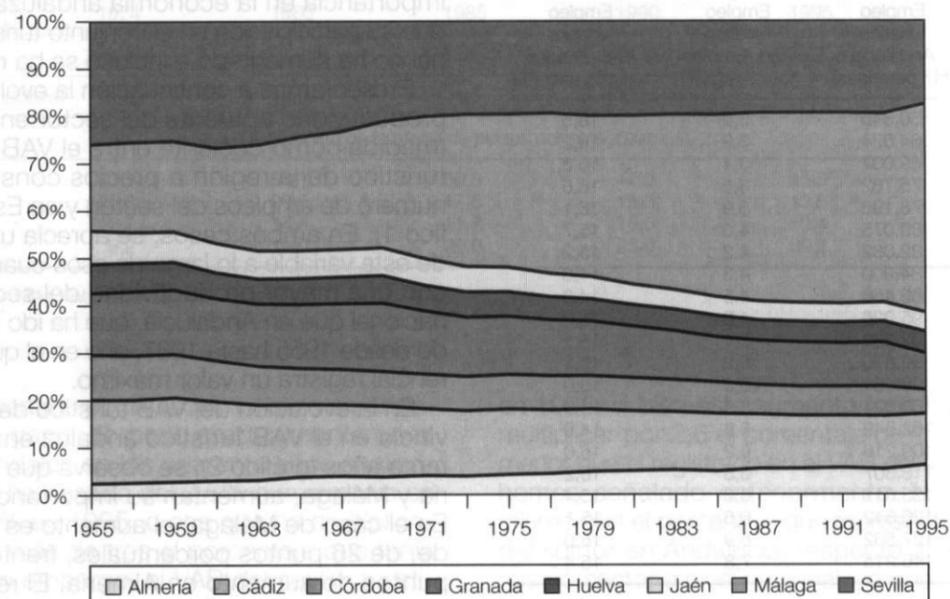
En la evolución del VAB turístico de cada provincia en el VAB turístico andaluz en esos cuarenta años (gráfico 2), se observa que sólo Almería y Málaga, aumentan su importancia relativa. En el caso de Málaga, el aumento es muy grande, de 26 puntos porcentuales, frente a los 3,7 puntos de aumento en Almería. El resto de las provincias reducen su participación porcentual,

GRÁFICO 1
PRODUCTIVIDAD APARENTE DEL TRABAJO EN EL SECTOR TURÍSTICO, 1955-1995



Fuente: Renta Nacional de España, Fundación BBVA y elaboración propia.

GRÁFICO 2
PARTICIPACIÓN PROVINCIAL EN EL VAB TURÍSTICO REGIONAL, 1955-1995



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la Renta Nacional de España, Fundación BBVA.

siendo Sevilla la que presenta una mayor reducción (8,4 puntos), seguida de Cádiz (6,7 puntos), Granada (5,3 puntos), Córdoba (4,6 puntos), Jaén (3 puntos) y Huelva (1,6 puntos).

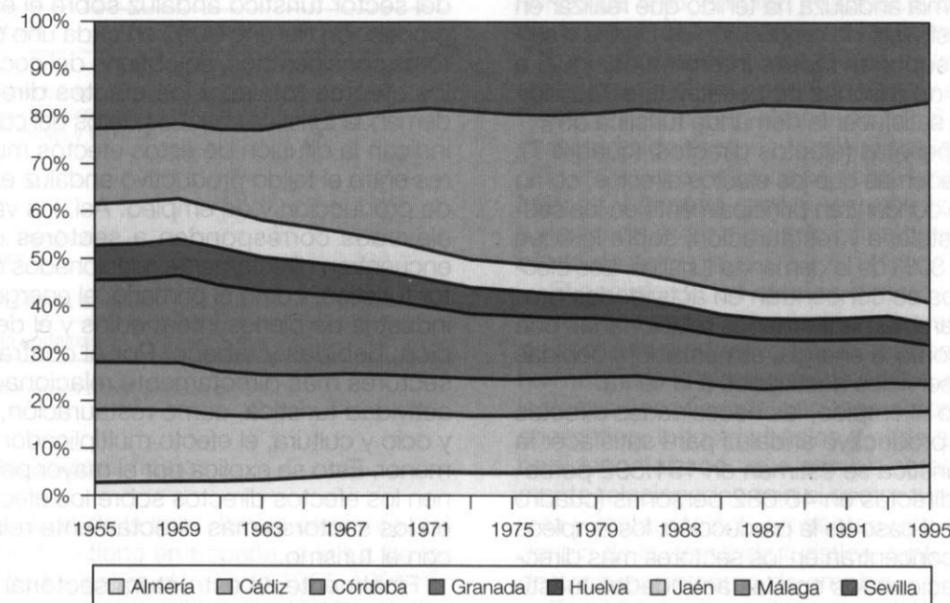
En cuanto al empleo, son igualmente Almería y Málaga las provincias que elevan más el número de empleos en el sector turístico en el período 1955-1995. Concretamente Málaga multiplica por seis el número de empleados en el sector turístico en esos años, y Almería lo multiplica por cinco. En el resto de las provincias el número de empleos aumenta pero en menor proporción, lo que implica que, en términos porcentuales, hayan reducido su participación en el empleo del sector en la región. Esta reducción es más acusada en la provincia de Granada, que experimenta una caída de 9 puntos porcentuales, seguida de Sevilla (5,7 puntos), Córdoba (4,4 puntos), Jaén (4,3 puntos), Cádiz (3,7 puntos) y Huelva (2,8 puntos) (gráfico 3).

A la luz de estos datos provinciales sobre el VAB y el empleo en el sector turístico andaluz, se desprende una gran desigualdad entre las provincias, situándose Málaga en una posición dominante sobre las demás en 1995, ya que en ese año el 44% del

VAB del sector turístico en Andalucía se generaba en esa provincia, y de los algo más de 146.000 empleos de este sector existentes en la región en ese mismo año, el 42% pertenecía también a Málaga. En el otro extremo se encuentran las provincias de Huelva y Jaén, con una participación en el VAB del sector turístico andaluz del 4,5 y 4,1%, respectivamente. La provincia de Sevilla, que en 1955 ocupaba el primer lugar en el porcentaje que representaba el VAB turístico generado por esta provincia en el conjunto de la región, pasa a situarse en 1995 en segundo lugar, detrás de Málaga.

Ese grado de desigualdad se manifiesta claramente en los resultados obtenidos al calcular los índices de concentración de Berry y Entropía (12). La evolución seguida por ambos índices (cuadro 6), evidencia un notable aumento de la concentración del VAB turístico regional en algunas provincias andaluzas a lo largo del período 1955-1995. Esto se puede explicar en parte por el aumento del turismo de masas en la provincia de Málaga y la pérdida de importancia de otros tipos de turismo, como el *cultural* y el *de interior*, más propios de provincias como Sevilla, Córdoba y Granada, las cuales, como ya hemos indicado,

GRÁFICO 3
PARTICIPACIÓN PROVINCIAL EN EL EMPLEO REGIONAL DEL SECTOR TURÍSTICO, 1955-1995



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la Renta Nacional de España, Fundación BBVA.

han ido perdiendo peso en el VAB del sector turístico andaluz.

4. Repercusión económica del sector turístico en la economía andaluza

La demanda de servicios turísticos no sólo incide sobre las ramas de actividad que satisfacen directamente esa demanda, sino también sobre otras ramas de actividad proveedoras indirectas de aquéllas. Esto pone de manifiesto el entramado de relaciones entre los sectores productivos

que conforman la economía andaluza y que multiplican los efectos directos del sector turístico sobre la producción y el empleo en la región.

Los efectos que genera la actividad turística sobre la producción y el empleo en Andalucía, se vienen estimando desde 1995 por el Servicio de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) mediante el empleo de la última Tabla Input-Output de la economía andaluza (TIO-95) y utilizando un vector de gasto turístico que se obtiene de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía realizado por el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA). Este procedimiento permite diferenciar efectos directos, indirectos y, como suma de ambos, los efectos totales.

La repercusión económica que tiene la demanda de turismo directamente sobre las ramas productivas andaluzas, constituye el efecto directo. Los efectos indirectos expresan el esfuerzo productivo de otros sectores no relacionados directamente con la actividad turística, pero que garantizan la satisfacción de la demanda de bienes y servicios realizada por los turistas.

Dado que entre 1995 y 2000 los efectos directos y los indirectos del sector turístico en la eco-

CUADRO 6
EVOLUCIÓN DEL GRADO DE CONCENTRACIÓN PROVINCIAL DEL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ

Período	1955-1965	1966-1975	1976-1985	1986-1995
Índice de Berry	0,83	0,82	0,79	0,76
Índice de Entropía	1,89	1,87	1,80	1,74

Fuente: Elaboración propia.

nomía andaluza presentan escasas variaciones relativas, hemos optado por analizar los últimos datos disponibles, correspondientes al año 2000 (13).

La economía andaluza ha tenido que realizar en el 2000 un esfuerzo de producción de bienes y servicios, que suponen *inputs* intermedios, igual a 704,6 miles de millones de pesetas (efectos indirectos) para satisfacer la demanda turística de 1,7 billones de pesetas (efectos directos) (cuadro 7). Se observa además que los efectos directos, como es lógico, se concentran principalmente en los sectores de hostelería y restauración, sobre los que recae casi el 80% de la demanda turística. Los efectos indirectos se concentran en actividades productivas aparentemente menos relacionadas con el turismo, como la energía, alimentación, bebidas y tabaco, y servicios destinados a la venta.

En cuanto al empleo, las necesidades directas del sistema productivo andaluz para satisfacer la demanda turística se estiman en 191.592 personas y las indirectas en 46.682 personas (cuadro 7). Como en el caso de la producción, los empleos directos se concentran en los sectores más directamente relacionados con las actividades turísticas, mientras que otros sectores como el primario, el de comercio y el de los servicios destinados a la venta concentran la mayoría del empleo indirecto generado por la demanda turística. A partir de estos datos, se estima que la economía andaluza necesitó emplear a 0,1 personas en el año 2000 para satisfacer cada millón de pesetas de

demanda turística, lo que significó ocupar a 238.274 trabajadores.

Una aproximación a los efectos multiplicadores del sector turístico andaluz sobre el empleo y la producción del año 2000 en cada uno de los sectores considerados, se obtiene del cociente entre los efectos totales y los efectos directos de la demanda turística (14). Los datos del cuadro 8 nos indican la difusión de estos efectos multiplicadores entre el tejido productivo andaluz en términos de producción y de empleo. Así, los valores más elevados corresponden a sectores que no se encuentran directamente relacionados con el sector turístico, como el primario, el energético, el de industria de bienes intermedios y el de alimentación, bebidas y tabaco. Por el contrario, en los sectores más directamente relacionados con la actividad turística, como restauración, hostelería y ocio y cultura, el efecto multiplicador es mucho menor. Esto se explica por el mayor peso que tienen los efectos directos sobre los efectos totales en los sectores más directamente relacionados con el turismo.

Finalmente, la estructura sectorial de la producción turística (cuadro 9) pone de manifiesto claramente, como no podía ser menos, que el *output* turístico tiene fundamentalmente una naturaleza terciaria (82,3%) e industrial (14,5%), estando la mayor parte del empleo generado por la economía turística andaluza concentrada en el sector servicios.

CUADRO 7
EFECTOS DEL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ EN LA PRODUCCIÓN Y EL EMPLEO, 2000
(Millones de pesetas corrientes y número de personas)

Sectores	Efectos totales		Efectos directos		Efectos indirectos	
	Producción	Empleo	Producción	Empleo	Producción	Empleo
Primario	56.355	8.765	7.140	1.123	49.215	7.642
Energía e industria básica	141.063	2.118	29.261	189	111.802	1.929
Industria de bienes intermedios	24.620	1.687	3.635	256	20.985	1.431
Alimentación, bebidas y tabaco	170.851	5.888	25.244	1.016	145.607	4.872
Manufacturas	12.607	1.386	6.390	752	6.217	634
Construcción	16.517	1.419	—	—	16.517	1.419
Comercio	194.514	21.744	98.757	12.796	95.757	8.948
Restauración	949.523	107.649	938.164	106.361	11.359	1.288
Hostelería	398.672	49.962	388.706	48.713	9.966	1.249
Reparaciones y transportes	144.286	12.522	82.859	7.366	61.427	5.156
Comunicaciones	48.290	3.439	22.608	1.610	25.682	1.829
Ocio y cultura	44.459	5.740	41.891	5.408	2.568	332
Servicios destinados a la venta	194.737	15.717	50.537	6.002	144.200	9.715
Otros servicios	3.330	238	—	—	3.330	238
Total	2.399.824	238.274	1.695.192	191.592	704.632	46.682

Fuente: SAETA.

CUADRO 8
MULTIPLICADORES DEL SECTOR
TURÍSTICO ANDALUZ, 2000

Sectores	Producción	Empleo
Primario	7,9	7,8
Energía e industria básica	4,8	11,2
Industria de bienes intermedios	6,8	6,6
Alimentación, bebidas y tabaco	6,8	5,8
Manufacturas	2,0	1,8
Comercio	2,0	1,7
Restauración	1,0	1,0
Hostelería	1,0	1,0
Reparaciones y transportes	1,7	1,7
Comunicaciones	2,1	2,1
Ocio y cultura	1,1	1,1
Servicios destinados a la venta	3,9	2,6
Total economía andaluza	1,4	1,2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del SAETA.

5. Consideraciones finales

No cabe duda de la importancia creciente que el sector turístico tiene en España, a la luz de los datos analizados sobre el período 1955-1995. En millones de pesetas constantes, el VAB turístico nacional aumentó desde 289.596 en 1955 hasta 2.267.236 en 1995, lo que ha supuesto un crecimiento del 683% en esos cuarenta años.

Sin embargo, ese importante crecimiento a nivel nacional no se ha traducido por igual en las diversas regiones españolas. Mientras algunas han experimentado un crecimiento muy superior a la media nacional, como es el caso de Baleares y Canarias, otras han mantenido su participación en la renta turística nacional (valor añadido bruto turístico), como es el caso de Madrid o Andalucía. Asimismo, el caso de Andalucía presenta un interés añadido, ya que mientras su cuota en el mercado turístico nacional, medida tanto desde el punto de

CUADRO 9
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LA ECONOMÍA
TURÍSTICA ANDALUZA EN EL 2000
(En porcentaje)

Sectores	Producción turística	Empleo total	Empleo directo
Agricultura	2,3	3,7	0,6
Industria y energía	14,5	4,6	1,2
Construcción	0,7	0,6	0,0
Servicios	82,3	91,0	98,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del SAETA.

vista de la demanda (movimiento de viajeros) como de la oferta (número de plazas de alojamiento), aumenta, la economía turística andaluza en términos de VAB, empleo y productividad, en relación con el total nacional, no ha aumentado.

La participación de cada una de las provincias andaluzas en el valor añadido bruto y en el empleo turístico regional en el período 1955-1995 se ha caracterizado por una tendencia a la concentración en las provincias típicamente turísticas, como Málaga y Almería, por su especialización en un turismo de masas guiado principalmente por la oferta de sol y playa.

El análisis de los efectos directos e indirectos generados por la actividad turística sobre el resto de sectores productivos de la economía andaluza ha mostrado la existencia de unas fuertes interrelaciones económicas con los sectores primario, energético, industria básica y el de alimentación, bebidas y tabaco, que aun no estando directamente relacionados con el sector turístico (hostelería y restauración), presentan una gran dependencia de la demanda turística, tanto en términos de producción como de empleo.

En el futuro inmediato, la política turística en Andalucía debería ir dirigida a limar la desigualdad existente entre las provincias en cuanto al peso que el sector turístico tiene en cada una de ellas, lo cual llevaría al establecimiento de políticas selectivas de promoción turística, de acuerdo a las potencialidades y peculiaridades de cada provincia. Ello permitiría mejorar la posición de la región como potencia turística a nivel nacional, al mismo tiempo que consolidaría al sector turístico como el principal motor de generación de empleo y de riqueza en Andalucía. □

NOTAS

- (1) La primera tesis doctoral realizada en España sobre economía del turismo la debemos al profesor Antonio Pulido, que fue publicada en 1966 por el antiguo Instituto de Estudios Turísticos.
- (2) En este sentido, Buisán (1996, págs. 162-167) resalta la importancia del sector turístico español en la financiación del déficit por cuenta corriente al comparar, para el período 1969-1993, el saldo de la balanza por cuenta corriente en porcentaje del PIB, con balanza turística y sin ella. Demuestra que en los años de crisis económica, especialmente durante la década setenta y cinco ochenta y cinco y el período 88-93, en el caso de no considerar al turismo, la balanza por cuenta corriente hubiera alcanzado saldos negativos próximos al 7% del PIB, mientras que en el caso de considerar al turismo, ese saldo negativo se reducía al 4%.
- (3) Ver al respecto el Informe de la Secretaría General Técnica de Turismo (1995): «La actividad turística y su impor-

tancia en el crecimiento económico español», *Boletín de ICE*, núm. 2473.

- (4) Cals, J., señalaba que para ese período el consumo turístico presentaba una cierta resistencia a la baja a partir de ciertos niveles de renta, de ahí que mostrase unas características más próximas a la de los bienes de primera necesidad que a los bienes de lujo.
- (5) Diversos trabajos han apuntado en este sentido, como por ejemplo Auriolles, Otero y Serrano (1997), Figuerola, Arranz y Allende (1996) y Torres (1993).
- (6) El Instituto de Estadística de Andalucía comienza a ofrecer información relevante sobre el sector turístico andaluz a partir de 1990 y el Servicio de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía a partir de 1995.
- (7) Una valoración de esa crisis la hallamos en el trabajo de Figuerola, M. (1991), págs. 6-9.
- (8) Esta norma se convierte en la principal referencia para la planificación turística en Andalucía, incorporando un mandato explícito para la redacción de un Nuevo Plan General de Turismo.
- (9) La Escuela Oficial de Turismo de Andalucía, no fue creada por la Junta de Andalucía hasta 1996 (decreto 35/1996 de 30 de enero).
- (10) Balance del año turístico en Andalucía, 1999. Instituto de Estudios Turísticos.
- (11) Datos de la Contabilidad Nacional correspondientes al sector 17, denominado «Hostelería y Restaurantes».
- (12) El índice de Berry viene dado por la siguiente expresión:

$$B = 1 - \sum_{i=1}^K S_i^2$$

donde S_i representa la participación de cada provincia en el VAB turístico regional. El valor del índice de Berry toma valores entre 0 y $(K-1)/K$, indicando el valor 0 que el VAB turístico regional se concentra en una sola provincia y el valor $(K-1)/K$, que éste se distribuye homogéneamente entre las K provincias andaluzas. Por su parte el índice de entropía se define mediante la siguiente expresión:

$$E = - \sum_{i=1}^K S_i \ln S_i$$

Este indicador toma valores entre $(0, \ln K)$, tendiendo al valor cero en caso de que el sector turístico se concentre en una sola provincia y resultando el valor $\ln K$ para una economía que posee una producción turística diversificada de forma homogénea en todo su territorio. En nuestro caso particular, los valores indicativos de una distribución provincial homogénea en términos de VAB son, para el índice de Berry y de Entropía, 0,87 y 2,07, respectivamente.

- (13) Datos extraídos del balance del año turístico en Andalucía para el año 2000, realizado por el SAETA.
- (14) Una aplicación de estos indicadores para el caso de la economía española se realiza en Cuadrado Roura (1996, pág. 198).

BIBLIOGRAFÍA

Auriolles, J., Otero, J. M., y Serrano, M. (1997): «Turismo y empleo en Andalucía: una interpretación del cambio en la

productividad del sector de la hostelería». *Estudios Turísticos*, núm. 133, págs. 29-40.

- Buisán, A. (1996): «Evolución de los ingresos por turismo desde una perspectiva reciente», *Economistas*, núm. 69, extraordinario, págs. 162-167.
- Cals, J. (1997): «Turismo y política turística en España (1974-1986)». En: Velarde, J., García Delgado, J. L., y Pedreño, A. (compiladores): *El sector terciario de la economía española*. Economistas Libros, págs. 205-217, Madrid.
- Cuadrado, J. R. y Arranz, A. (1996): «Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output». En: Pedreño, A. y Monfort, V.: *Introducción a la economía del turismo en España*. Civitas, Madrid.
- Figuerola, M. (1991): «Valoración de la crisis del turismo español», *Economistas*, núm. 48, págs. 6-9.
- Figuerola, M., Arranz, A., Prado, J., y Allende, E. (1996): «Incidencia y efectos multiplicadores del turismo en la economía española», *Información Comercial Española*, enero, núm. 749, págs. 17-31.
- Fundación BBV (1999): *Renta Nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea. Años 1955 a 1993 y avances 1994 a 1997*, 3 tomos.
- Fundación BBVA (2000): *Renta Nacional de España y su distribución provincial. Año 1995 y avances 1996-1999*.
- Instituto de Estudios Turísticos (1997): *Dimensión regional de los impactos macroeconómicos del turismo*. Documento de Trabajo núm. 9, mayo.
- Pedreño, A. (dir.), y Monfort, V. (coord.) (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*. Civitas, Madrid.
- Rey Graña, C. (1998): *Economía del Turismo*. Asociación Hispalink-Galicia, Santiago de Compostela.
- SAETA (2000): *Balance del año turístico en Andalucía*. Año 2000.
- Tamames, R., y Rueda, A. (1997): *Estructura económica de España*, Alianza, Madrid.
- Torres Bernier, E. (1993): «Turismo». En: Martín Rodríguez, M. (dir.): *Estructura Económica de Andalucía*. Espasa Calpe, Madrid.
- Velarde Fuertes, J. (1999-2000): «Testigo de cincuenta años de política económica española», *Revista Asturiana de Economía*, núm. 16, 17, págs. 201-243.

RESUMEN

Este trabajo pretende analizar la importancia del sector turístico en la economía andaluza actual y en la perspectiva de las últimas décadas. Se estudia la relevancia del sector en Andalucía en relación con el resto de nuestro país, mediante el análisis de la oferta y la demanda turística. Además de ello, se analiza el impacto económico del turismo sobre las distintas ramas productivas, tanto en el ámbito regional como a nivel de las ocho provincias. Por último, se realizan diversas reflexiones sobre el presente y el futuro del sector en la región, a las que siguen las conclusiones del trabajo.

Palabras clave: Andalucía, Sector turístico, Impacto económico.



Saldrás preparado para el éxito profesional.

Área Económico - Empresarial y Jurídica

- Lc. Derecho - Ciencias del Trabajo (segundo ciclo) - Lc. Economía - Lc. Administración y Dirección de Empresas - Dp. Empresariales - Dp. Turismo
Además de tu título oficial español, tienes la opción de conseguir el "Certificat d'Etudes Supérieures de Commerce International" por la Haute Ecole ESC de Paris.

En la Universidad Europea CEES vas a practicar tu futura profesión desde el primer día.

- Simulación de casos prácticos reales, a través del Aula del Caso (aula informática interactiva con los últimos avances en e-learning).
- Disposición de las últimas tecnologías como ordenadores portátiles, cañón de datos, Laboratorio de Economía o el Instituto Tecnológico (ITE2).
- Tutorías personalizadas.
- Actividades extradocentes, como visitas a empresas, seminarios, organización de jornadas, talleres y concursos, etc.
- Posibilidad de complementar tus estudios con el Programa Internacional Multilingüe.

Todo ello hará que salgas mucho mejor preparado para el éxito profesional. Además, dispones de un amplio plan de becas, un novedoso programa estudio trabajo y una financiación a 10 años.

Llama al 902 377 773 o entra en www.uem.es y ven a conocer nuestro Campus en Villaviciosa de Odón (Madrid).

OTRAS FACULTADES Y ESCUELAS

Área de Ciencias de la Salud

- Lc. Odontología - Dp. Fisioterapia - Dp. Podología - Dp. Enfermería - Dp. Óptica
Dp. Terapia Ocupacional

Área de Comunicación y Traducción

- Lc. Periodismo - Lc. Publicidad y Relaciones Públicas - Lc. Comunicación Audiovisual
Lc. Traducción e Interpretación - Lc. Humanidades

Área de Arquitectura y Bellas Artes

- Arquitectura - Lc. Bellas Artes - Arquitectura Técnica (*) - Paisaje (Título Propio)

Área del Deporte

- Lc. Ciencias de la Actividad Física y del Deporte

Área Politécnica

Telecomunicaciones

- Ing. Superior Telecomunicación - Ing. Técnica de Telecomunicación: Especialidad Sistemas Electrónicos
- Ing. Técnica de Telecomunicación: Especialidad Sonido e Imagen
- Ing. Técnica de Telecomunicación: Especialidad Sistemas de Telecomunicación (*)
- Ing. Técnica de Telecomunicación: Especialidad Telemática (*)

Industriales

- Ing. Superior Industrial - Ing. Técnica en Electrónica Industrial - Ing. en Organización Industrial (segundo ciclo) - Ing. Técnica en Diseño Industrial (*) - Ing. Técnica Industrial. Especialidad en Electricidad (*) - Ing. Técnica Industrial. Especialidad en Mecánica (*)

Informática

- Ing. Superior Informática - Ing. Técnica en Informática de Sistemas - Ing. Técnica Informática de Gestión

Medio Ambiente

- Lc. Ciencias Ambientales

10 DOBLES TITULACIONES OFICIALES

- Ing. de Telecomunicación y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Ing. Industrial y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Ing. en Informática y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Lc. Publicidad y Relaciones Públicas y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Lc. en Derecho y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Lc. en Economía y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Lc. en Cc. de la Act. Física y del Deporte y Lc. en Adm. y Dirección de Empresas
- Lc. en Cc. de la Act. Física y del Deporte y Dpdo. en Fisioterapia
- Lc. en Cc. de la Act. Física y del Deporte y Dpdo. en Turismo
- Arquitecto y Lc. en Bellas Artes

(*) Autorización solicitada.