



Analistas  
Económicos  
de Andalucía

# IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA

**2014**

*Almería, 10 de Diciembre de 2014*



## ÍNDICE

### CAPÍTULO 0

INTRODUCCIÓN Y SÍNTESIS DEL TRABAJO .....	<b>02</b>
0.1. Introducción .....	03
0.2. Síntesis .....	04

### CAPÍTULO 1

CONTEXTO ECONÓMICO GENERAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	<b>13</b>
1.1. Claves de la coyuntura económica .....	14
1.2. Una panorámica del clima turístico .....	27
1.3. La actividad turística en España y Andalucía .....	38
1.4. Indicador Sintético de Actividad Turística: Evolución en 2014 y perspectivas 2015 .....	44

### CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA .....	<b>47</b>
2.1. El sector turístico en la provincia de Almería .....	48
2.2. El sector turístico en la esfera provincial: análisis por zonas turísticas .....	66
2.3. El sector turístico en la esfera provincial: análisis por puntos turísticos .....	85
2.4. Análisis del mercado de trabajo en el sector turístico almeriense .....	99
2.5. Previsiones de demanda e Indicador Sintético de Actividad Turística en Almería .....	104

### CAPÍTULO 3

IMPACTO ECONÓMICO DEL GASTO TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA .....	<b>112</b>
3.1. Introducción (análisis input-output y estudios de impacto) .....	113
3.2. Distribución del gasto turístico en la provincia de Almería y sus comarcas .....	115
3.3. Impacto sobre la producción: efectos directos e indirectos .....	119

### ANEXOS METODOLÓGICOS

Metodología: INDICADOR SINTÉTICO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA Y PREDICCIONES ....	<b>130</b>
Metodología: ANÁLISIS DE IMPACTO ECONÓMICO: TABLAS INPUT-OUTPUT .....	<b>134</b>

---

# Capítulo 0.

## Introducción y Síntesis del trabajo

---

## 0.1. Introducción

El turismo es una de las actividades más dinámicas y con mayor capacidad de adaptación al entorno macroeconómico, de ahí el papel trascendente que tiene en el desarrollo económico y social de un territorio. Esta característica convierte los estudios y análisis de la actividad turística en una prioridad de las Instituciones y agentes vinculados al sector. En este marco, se explica el informe *“Impacto Socioeconómico del Turismo en la provincia de Almería 2014”*, en el que junto al tradicional análisis descriptivo de la trayectoria de la actividad en 2014, se incorporan elementos de mayor complejidad analítica, como son la estimación del indicador sintético de la actividad turística en 2014, las previsiones de las principales variables que describen al sector en 2014 y 2015, así como la estimación del impacto que el turismo ha tenido en la provincia, tanto en términos de producción como de empleo referenciado al ejercicio 2014.

En este sentido, la finalidad principal de este estudio es ampliar el conocimiento sobre la situación y perspectiva de la actividad turística de la provincia de Almería, desagregando el análisis, cuando la información disponible lo permita, a las zonas y puntos turísticos más relevantes. El trabajo se estructura en tres capítulos. El primero, examina el contexto de la actividad turística, tanto a nivel internacional como en España y en Andalucía, al tiempo que se incorporan las estimaciones del Indicador Sintético de Actividad Turística en 2014 y las previsiones en 2015, para Andalucía y para España.

El núcleo del análisis de la coyuntura turística de la provincia de Almería se recoge en el capítulo segundo, comenzando por el comportamiento agregado (tanto de la demanda como de la oferta) de la actividad turística de la provincia. Posteriormente, se aborda el análisis de la actividad turística para las dos grandes zonas turísticas de la provincia, Costa e Interior, y para los principales puntos turísticos identificados por el Instituto Nacional de Estadística (como son los municipios de Almería, Mojácar, Níjar, y Roquetas de Mar), a pesar de las limitaciones de información a este nivel.

El último capítulo, estima el impacto de la actividad turística de la provincia de Almería, de la Zona Costa de Almería, de la Zona Interior de Almería, y de la Capital, en términos de producción y empleo, para posteriormente estimar su aportación al PIB y al empleo en dichos ámbitos de análisis. El enfoque metodológico de estas estimaciones se apoya tanto en las “Cuentas Satélites del Turismo en España y Andalucía” como en el “Marco Input-Output de Andalucía”. Para abordar esta estimación se

requiere de la obtención previa del consumo o gasto turístico agregado en la provincia, de la distribución de dicho consumo por partidas de gasto y, finalmente, del PIB agregado de la provincia en 2014, variable sin la cual no puede ponerse en contexto el alcance de la actividad turística en los ámbitos seleccionados.

## 0.2. Síntesis

La actividad turística en un espacio geográfico como la provincia de Almería, al margen de las tendencias estructurales que están determinando cambios significativos en los parámetros tradicionales de los viajes y el turismo, en todo el mundo, está condicionada por el contexto económico. En este sentido, destaca la menor duración del viaje, a la vez que el mayor número de desplazamientos turísticos en un periodo de tiempo (mayor frecuencia), la menor costumbre de reservar el alojamiento con anterioridad, y la búsqueda de alojamiento extrahotelero, así como la mayor preferencia en la “auto-organización” del viaje en detrimento de la contratación de los servicios ofrecidos por agencias de viajes.

Por lo que se refiere al contexto económico, la trayectoria del PIB en España, respecto a la de otras economías avanzadas resulta muy indicativa de la mayor contracción sufrida por la actividad productiva española. En este sentido, tras el fuerte retraimiento sufrido en 2009, la mayor parte de las economías de la OCDE iniciaron un claro perfil de recuperación que no se percibió en España hasta mediados de 2013. Curiosamente, los signos del comienzo de esta fase de expansión de la economía española han sido coincidentes con un proceso de pérdida de dinamismo del conjunto de la economía de la Zona Euro. Bajo este diagnóstico, resulta explicable que los organismos internacionales y los analistas privados hayan corregido a la baja sus previsiones de crecimiento en la Eurozona para 2014 y 2015, revisiones que han afectado a la mayoría de países.

Las previsiones realizadas por *Analistas Económicos de Andalucía* sostienen que el crecimiento del PIB andaluz para 2014 estará próximo al 1,4%, tasa similar a la prevista para España, mientras que para 2015, se estima un crecimiento del PIB andaluz del 2,0%. Todos los sectores productivos, a excepción de la agricultura, registrarían crecimientos respecto a 2014, incluyendo la construcción (2,3%), por primera vez desde 2007. La industria podría crecer un 3,5%, aunque por su contribución al PIB cabría destacar el crecimiento previsto para el sector servicios (1,9%), al que contribuirá

positivamente el tirón del sector turístico. No obstante, cabe recordar que este escenario sigue sujeto a incertidumbres.

La información estadística que elabora el Instituto de Estudios Turísticos (Organismo dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad español, responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo) estima que, en el periodo 2003-2014 (con cifras provisionales a septiembre de este último año), la cifra de turistas extranjeros en Andalucía habría registrado una variación más modesta que la de otras CCAA españolas. No obstante, el número de turistas procedentes de fuera de España se ha mantenido bastante estable en la región andaluza, en comparación con otras comunidades autónomas, donde se ha observado mayor variación a lo largo del tiempo.

En el caso de España y Andalucía, los indicadores de demanda y oferta del turismo reflejan la buena trayectoria del sector a lo largo de 2014. A grandes rasgos, según la valoración turística que realiza Exceltur, se confirma la recuperación de la demanda española, especialmente en el segmento urbano, a la vez que siguen creciendo a buen ritmo las llegadas de turistas extranjeros. Así, el PIB turístico tendrá un crecimiento muy positivo (en torno al 2,4%) y notablemente superior al previsto para la economía española en su conjunto (1,3%).

De acuerdo con *Frontur*, entre enero y septiembre de 2014, llegaron a España 52,4 millones de turistas internacionales, lo que supone un crecimiento interanual del 7,3%. En términos absolutos, la mayor aportación al crecimiento de los turistas internacionales proviene de Francia, Reino Unido y Alemania, con más de 500 mil turistas en cada caso. Con relación al tipo de alojamiento, el 62,5% de los turistas internacionales (32,7 millones) se alojaron en establecimientos hoteleros, el 19,3% en vivienda propia o de amigos, el 11,9% en viviendas alquiladas, y el 6,3% restante en otros alojamientos. Andalucía, con 6,9 millones de turistas, registró un crecimiento interanual del 8%, impulsada por el notable aumento de británicos y del flujo turístico del mercado asiático. Asimismo, hay que destacar que Andalucía es la única Comunidad que ha registrado un crecimiento del turismo nórdico durante los nueve primeros meses de 2014.

En **España**, los establecimientos hoteleros acogieron a 69,5 millones de viajeros entre enero y septiembre de 2014, lo que supone un crecimiento interanual de 2,9 millones (4,4%). En este período, los viajeros nacionales han ascendido a 34,7 millones y los extranjeros a 34,8 millones, observándose un incremento absoluto similar en las dos variables, en torno a 1,4 millones de viajeros. Por lo que se

refiere a **Andalucía**, el 17,9% del total nacional, unos 12,4 millones de viajeros pernoctaron en hoteles de la Comunidad, con un aumento interanual de 431 mil viajeros, el 3,6%. Los viajeros nacionales se estiman en 7,1 millones, y los extranjeros en 5,3 millones, y han registrado un incremento interanual del 3,3% y del 4,0%, respectivamente (226 mil y 205 mil viajeros, en cada caso). Por lo que se refiere a empleo, estos sólo crecieron un 0,8% en España, en el período considerado, mientras que lo hizo a un mayor ritmo en Andalucía (2,4%).

En definitiva, el contexto de la actividad turística de Almería, entre enero y septiembre de 2014, medido por los ámbitos superiores de referencia, Andalucía y España, muestra un impulso generalizado de la demanda turística, apoyado en la recuperación de la demanda de los nacionales y en el pulso creciente de la demanda extranjera.

Por lo que se refiere al **contexto provincial**, según la ECTA, hasta el tercer trimestre de 2014 el número de turistas en la provincia de Almería (viajeros alojados, tanto en establecimientos hoteleros como en establecimientos extrahoteleros) ascendió a 1,7 millones, el 8,9% del total de turistas estimados en Andalucía. Esta cuantía supone un aumento relativo del 4,3% respecto al mismo periodo del año anterior, (6,5% en Andalucía). En Almería, la estancia media de todos los turistas (en establecimientos reglados o no) se ha estimado en 9,2 días hasta septiembre, similar a la registrada en el mismo intervalo de 2013 (9,3 días) y superior a la del conjunto de Andalucía (8,9 días), al tiempo que el gasto medio diario por turista en la provincia almeriense ha sido de 49,8 euros en los tres primeros meses de 2014, un 11,9% más en términos interanuales (60,2 euros en el conjunto de Andalucía).

La actividad hotelera en la provincia almeriense, disponible a través de la **Encuesta de Ocupación Hotelera**, y con información hasta el mes de septiembre de 2014, revela una trayectoria muy positiva, con crecimientos de los viajeros, las pernoctaciones y el personal ocupado. Así, los viajeros alojados en establecimientos hoteleros se cifran en con 986.290 y crecen un 8% respecto al mismo periodo de 2013, superior a las tasa registradas en Andalucía y España (3,6% y 4,4%, respectivamente). Este notable crecimiento de la demanda en la provincia se ha debido, tanto al incremento de los viajeros residentes en el extranjero (7,1%), como al de los residentes en España (8,2%), siendo estos últimos los artífices de la recuperación global observada, ya que, en 2013, mostraron una trayectoria recesiva. Las pernoctaciones han mostrado una dinámica similar, aunque más moderada, y el personal ocupado

en establecimientos hoteleros, 2.872 ocupados en el promedio enero-septiembre de 2014, ha aumentado un 4,3% respecto del mismo periodo de 2013.

El escenario observado para los alojamientos extrahoteleros es menos alentador. Así, en los apartamentos turísticos, camping y alojamientos rurales, el número de viajeros retrocede (-2,6%, -6,3%, y -2,0%, respectivamente), si bien las pernoctaciones se mantienen prácticamente iguales en los apartamentos, disminuyen en los camping (-2,3%) y crecen en los alojamientos rurales (1,7%). Por el lado del empleo, se constata un aumento en los primeros (9,4%) y un retroceso en las otras dos tipologías (-4,4% y -1,4%).

Por Zonas turísticas, Costa e Interior, el peso de la primera condiciona los resultados del conjunto provincial y, en gran medida, los resultados señalados anteriormente se reproducen en ésta, mientras que, el reducido volumen de actividad turística del interior provoca variaciones de poca intensidad absoluta que se traducen, en ocasiones, en impacto relativos muy elevados pero que deben ser interpretados en sus justos términos. Así pues, la actividad en los hoteles de la Costa e interior ha mostrado un apreciable dinamismo, tanto de los viajeros (6,9% y 39,3%, respectivamente) como de las pernoctaciones (3,5% y 29,9%), al tiempo que el personal empleado crece en los dos ámbitos (3,7% y 10,9%).

La actividad extrahotelera, por su parte, muestra diferencias relevantes en la trayectoria de los alojamientos, entre Costa e Interior. En primer lugar, los apartamentos registran una caída de viajeros y pernoctaciones en la Costa (-3,5% y -0,6%) frente al notable crecimiento del Interior (64,7% y 75,9%), siendo trasladable este comportamiento a lo observado en los camping, aunque con diferencias de mayor intensidad, es decir, en la Costa retroceden de forma relevante viajeros y pernoctaciones mientras que, en el Interior, aumentan a buen ritmo. Por lo que se refiere al personal ocupado, éste crece en la Costa en los apartamentos (7,8%) mientras que, en el Interior, lo hace en los dos tipos de alojamientos, 35,1% en apartamentos y 29,3% en los campings.

Para los principales puntos turísticos de la provincia (Almería, Mojácar, Níjar, y Roquetas de Mar) la información se limita, fundamentalmente, a la actividad hotelera (apartamentos sólo para Roquetas de Mar y campings sólo para Mojácar). Los viajeros alojados en hoteles han descendido en términos interanuales en Roquetas (-1,8%), mientras que en el resto de municipios se han incrementado, destacando los aumentos a tasas de dos dígitos registrados en Almería capital y Níjar. La caída

señalada para Roquetas se sustenta en la falta de pulso del turismo nacional, en el período considerado. La trayectoria de las pernoctaciones hoteleras muestra un comportamiento análogo al señalado, sólo en Roquetas de Mar han descendido (-3,4%), si bien, en este caso, el descenso afecta tanto a las pernoctaciones de españoles como de extranjeros.

En cuanto al empleo hotelero, la trayectoria ha sido positiva y superior a la observada para el conjunto provincial en Almería (9,2%), Mojácar (6,2%) y Roquetas de Mar (11,9%), mientras que en Níjar sufrió un descenso de consideración (-12,2%).

En cuanto a la evolución de los contratos ligados al turismo en 2014, estos ascienden a 32.187 en la provincia, de los cuales 27.600 se localizan en la Costa y 4.587 en el Interior, con incrementos notables respecto del ejercicio anterior (18,9%, 16,8%, y 33,8%, respectivamente). Por segmentos de actividad, en restauración se aprecian incrementos de los contratos a tasas superiores al 20% en los tres ámbitos, en los alojamientos se alcanzan, asimismo, incrementos en los tres, si bien, destaca el crecimiento en la Zona Interior (59,6%). Por último, en los servicios turísticos se ha producido una disminución de los contratos en el conjunto de la provincia y en la Costa, mientras que en el interior apenas crece (0,4%).

Un capítulo aparte en este resumen se dedica a las estimaciones propias elaboradas por *Analistas Económicos de Andalucía*, tanto en lo que se refiere al **Indicador Sintético de Actividad Turística** (cuya finalidad es describir la coyuntura turística desde una perspectiva global, complementando la información estadística disponible analizada a lo largo de este trabajo), como en lo que concierne a las **estimaciones del impacto** que dicha actividad tiene sobre el PIB de la provincia (análisis que permite conocer cuál es la verdadera importancia del sector, en términos de producción y empleo).

Teniendo en cuenta la información disponible hasta septiembre, el Indicador Sintético de Actividad Turística estima un crecimiento del 2,7% en Andalucía para el conjunto del año 2014 y del 2,4% para 2015, tasas que serán bastante más positivas que la registrada por el conjunto de la economía andaluza, para la que *Analistas Económicos de Andalucía* prevé un crecimiento del PIB del 1,4% y del 2%, en 2014 y 2015. También en España se aprecia este mejor comportamiento de la actividad turística que, según el Indicador Sintético, podría crecer un 2,5% en 2014 y un 2,4% en 2015 (por encima del crecimiento previsto para el PIB).

Por lo que se refiere a la provincia de Almería, a falta de conocer la información estadística relativa al último trimestre del año, el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de Almería podría superar los 1,1 millones en el conjunto de 2014, lo que supondría un crecimiento anual del 7,6%, mientras que el número de pernoctaciones estaría próximo a los 4,6 millones, casi 180.000 más que en 2013 (4% en términos relativos). Esta buena trayectoria se sustenta, fundamentalmente, en la Costa de Almería (zona turística que incluye 11 municipios, entre ellos la ciudad de Almería) con un aumento interanual del 6,5% en lo que se refiere a los viajeros y del 3,3% en las pernoctaciones. En la zona de interior, el crecimiento previsto para 2014 es bastante más acusado que el estimado para la costa, alcanzando el 35% en los viajeros y el 25,6% en las pernoctaciones, aunque hay que mencionar que esta zona representa menos del 5% de las pernoctaciones de la provincia.

Este perfil de la actividad turística se traduce en un crecimiento del 2,3% en lo que se refiere al Indicador Sintético de Actividad Turística para la provincia almeriense, cuatro décimas inferior al aumento estimado para Andalucía. Obviamente y, dado el peso que la Costa de Almería tiene en el conjunto de la demanda turística de la provincia, dicho crecimiento sería muy similar al estimado para el litoral almeriense (2,4%), en tanto que, en el interior, la actividad crecería a un ritmo algo más moderado (1,8%). Por su parte, el Indicador Sintético arroja un incremento del 2% para la ciudad de Almería, un crecimiento más intenso que el observado en 2013, como ocurre en el resto de ámbitos.

Al igual que en Andalucía, las perspectivas para 2015 apuntan, para la provincia de Almería, a un crecimiento algo más moderado que en 2014, concretamente del 1,6%, estimándose una tasa similar para la Costa de Almería y un crecimiento levemente inferior para el interior (1,4%). En cuanto a la capital almeriense, para 2015 se anticipa un aumento de la actividad turística del 1,4%, seis décimas inferior al estimado para el conjunto de 2014.

La importancia del sector turístico en la economía no se limita a sus efectos directos, tales como la aportación al crecimiento de la producción y a la generación de empleo, sino que, al tratarse de una actividad transversal, el sector tiene una gran incidencia sobre la actividad y el empleo de otras muchas actividades productivas, con las que el turismo mantiene una relación de interdependencia. Esta circunstancia justifica el interés por conocer cuál es el **impacto sobre la producción y el empleo** que la demanda turística tiene en un territorio determinado. El estudio del impacto económico del turismo ha partido, generalmente, de la consideración de esta actividad desde una perspectiva de

demanda y, en este sentido, el consumo turístico es el origen de los efectos que se producen sobre la producción y el empleo en la economía de destino.

La estimación del gasto o consumo turístico se obtiene de multiplicar el número de turistas por el número de días que permanecen en el destino y por el gasto medio diario que realizan. La estimación realizada por *Analistas Económicos de Andalucía* cifra el número de turistas que se alojaron en la provincia, en 2014, en torno a 2 millones, situándose en 18,2 millones las pernoctaciones realizadas por los mismos. Diferenciando entre Costa e Interior, se constata un peso muy superior de la primera, que aglutina 1,9 millones de turistas y 17,6 millones de pernoctaciones, frente a los 0,1 y 0,7 millones de turistas y pernoctaciones, respectivamente, que se registran en los municipios de interior. Asimismo, la ciudad de Almería tiene un peso relevante en la actividad turística, de tal modo que los turistas y las pernoctaciones en la misma, se estiman en el 24,9% y el 15,1% del conjunto provincial.

La estimación del gasto turístico agregado en 2014 se prevé, para Andalucía, en unos 12.654,4 millones de euros y, para el conjunto de la provincia de Almería, en alrededor de 928 millones de euros. Diferenciando por áreas, la zona de la costa de Almería concentra la mayor parte del gasto turístico de la provincia, unos 884,1 millones de euros, mientras que los municipios de interior acumulan 44,7 millones de euros. La capital almeriense recibe un gasto turístico de unos 130,8 millones de euros. Así pues, la provincia recibe el 7,3% del gasto turístico de Andalucía, y la capital el 14,1% del gasto realizado en la provincia.

De los, en torno a 928 millones de euros, que constituyen el gasto turístico en la provincia de Almería, 299,3 millones de euros se destinan a los servicios de restauración y 280,7 millones a los servicios de alojamiento, mientras que al transporte le corresponden 105,0 millones de euros y se asignan cantidades inferiores a los servicios de ocio y culturales y a los servicios de agencias de viajes, con 36,3 y 24,3 millones de euros, respectivamente.

Considerando el efecto multiplicador del gasto turístico sobre el conjunto de la actividad económica, en 2014 el consumo de los turistas en la provincia de Almería ha generado una producción total de 1.405,6 millones de euros para el conjunto de la economía, de los que 928,8 millones de euros constituyen el efecto directo sobre la producción, correspondiente al consumo estimado inicialmente, mientras que el resto es la producción generada de forma indirecta por el turismo, sobre otras ramas productivas, valorada en 476,7 millones de euros. En términos de empleo, el número de puestos de

trabajo equivalentes a tiempo completo para satisfacer estas necesidades de producción se cuantifica en 15.278, siendo 11.070 empleos directos y 4.208 indirectos.

En la costa, el gasto turístico genera una producción total de 1.337,9 millones de euros, de los que 884,1 millones de euros tienen su origen en el efecto directo que representa el consumo turístico sobre la producción y 453,8 millones de euros se generan adicionalmente, como consecuencia del efecto indirecto sobre otras ramas de la economía. En términos de empleo, para atender los niveles de producción que genera la demanda turística se requieren 14.543 puestos de trabajo, de los que 10.538 son directos y 4.005 indirectos. En la zona interior, la producción total asciende a 67,6 millones de euros, 44,7 directos y 22,9 indirectos, mientras que, desde la perspectiva del empleo, para atender esta demanda son necesarios 735 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, de los que 533 empleos se encuentran directamente relacionados con las ramas de la actividad turística y 202 son indirectos, generados en otras ramas productivas.

Por último, en la ciudad de Almería el gasto turístico generó una producción total de 197,9 millones de euros, de los que 130,8 millones de euros representan el impacto directo sobre las ramas específicas del turismo y 67,1 millones de euros representan el impacto indirecto. Desde la óptica del empleo, la demanda turística ha generado 2.151 puestos de trabajo a tiempo completo para obtener los niveles de producción requeridos, siendo 1.559 directos y 593 indirectos.

La producción total necesaria para atender el consumo turístico en la provincia de Almería, se ha traducido en una aportación cercana al 12,2% del PIB de la provincia, de los que el impacto directo sobre las actividades turísticas representa el 8,0% de la producción agregada y el 4,2% restante supone la contribución al PIB generada mediante el efecto arrastre que tiene el turismo sobre el conjunto de la economía provincial. En lo que concierne al empleo, los puestos de trabajo generados que se requieren para alcanzar el nivel de producción antes reseñado, suponen el 6,7% del número de ocupados de la provincia de Almería en 2014. De estos, la mayor parte son empleos directos, con una participación del 4,8% sobre el empleo total y, el resto, indirectos, cuya participación es del 1,9%.

Por zonas turísticas, el impacto generado por la actividad turística es sensiblemente superior en la Costa, donde la producción total alcanza el 15,4% del PIB, correspondiendo un 10,2% de la producción al impacto directo y el 5,2% restante a los efectos indirectos sobre la producción de otras ramas de la economía. Atendiendo al empleo, los puestos de trabajo generados a tiempo completo,

representan el 8,7% del empleo del área analizada, de los que 6,3% se corresponde con el empleo directo y 2,4% a empleo indirecto. En la zona Interior, la producción total generada a partir de la actividad turística representa el 2,4% de la producción agregada, correspondiendo el 1,6% al impacto directo sobre las ramas específicas del turismo y el 0,8% restante al efecto indirecto sobre otras actividades. En términos de empleo, los puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo para dar cobertura a la producción representan el 1,2% del empleo de los municipios de interior, el 0,9% como resultado del impacto directo y el 0,3% de los efectos indirectos.

Por lo que se refiere a la ciudad de Almería, el impacto de la actividad turística y su aportación al PIB es inferior al registrado en el conjunto de la provincia, ya que la producción generada representa el 4,0% del PIB de la ciudad, de los que el efecto directo supone el 2,6% de la producción total de la capital y el impacto indirecto el 1,4%. En lo que concierne al empleo, el impacto de la actividad turística representa el 3,1% de los ocupados de la ciudad de Almería, de los que el 2,2% corresponde a empleo directo y el 0,9% a empleo indirecto.

---

# Capítulo 1.

## Contexto económico general de la actividad turística

---

## **1.1. Claves de la coyuntura económica**

### *Introducción*

Sin duda, el contexto económico va a tener una influencia fundamental en el comportamiento de la actividad turística en un espacio geográfico como la provincia de Almería, al margen de las tendencias estructurales que, en todo el mundo, están determinando cambios significativos en los parámetros tradicionales de los viajes y el turismo. Dichos cambios ligados a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, al más fácil acceso a los medios de transporte, al desarrollo de otras fórmulas en las relaciones laborales y sociales son vectores que explican la evolución en los rasgos característicos del sector, que se perciben en los hábitos culturales y preferencias de la demanda y en la adaptación de la oferta. En este sentido, destacan la menor duración del viaje y el mayor número de desplazamientos turísticos en un periodo de tiempo (más frecuencia), la menor costumbre de reservar el alojamiento con anterioridad, y la búsqueda de alojamiento extrahotelero, así como la mayor preferencia en la “auto-organización” del viaje, en detrimento de la contratación de los servicios ofrecidos por agencias de viajes.

Pero, al margen de estas tendencias generales, también el clima de la actividad económica, en el espacio internacional, así como en el espacio nacional y regional van a tener una clara repercusión sobre el discurrir de un sector económico tan importante, de la economía almeriense, como es el del turismo. Dicho de otro modo, el ritmo al que crezca el PIB y las rentas, el empleo (y de forma opuesta, el paro), el acceso a la financiación, la cotización de la moneda, los costes de la energía, las decisiones fiscales, etc. van a tener un cierto grado de influencia sobre las decisiones de viajar y hacer turismo. Al mismo tiempo, el comportamiento de las actividades económicas ligadas al turismo: transporte, alquileres, comercio y restauración, también van a tener un notable reflejo en la marcha de la actividad productiva agregada y en los niveles de empleo en el espacio económico de destino. Por todos estos motivos, parece oportuno realizar en este apartado una serie de consideraciones acerca de la coyuntura económica reciente, y entender así las claves de la trayectoria del sector turístico en el espacio de la provincia de Almería.

### *Contexto económico general*

A grandes rasgos, el ritmo de la recuperación mundial ha defraudado en los últimos años, con un crecimiento más débil de lo esperado. Más concretamente, a lo largo de 2014, la economía mundial continuó avanzando en el proceso de gradual recuperación que inició después de la *Gran Recesión* sufrida en 2009. No obstante, en la segunda mitad de este año los principales organismos internacionales coincidieron en recordar la vulnerabilidad de la economía mundial ante posibles retrocesos. Esta percepción se constataba en un entorno marcado por la distinta dinámica del crecimiento entre grandes áreas mundiales, así como entre países. En cualquier caso, y pese a estos signos de debilidad, se estima que la actividad económica global podría ir fortaleciéndose en los próximos trimestres, respaldada por las políticas monetarias acomodaticias aplicadas en las economías avanzadas, la favorable situación de los mercados financieros y la mejora del clima económico general.

Junto a este mensaje de optimismo, no cabe despreciar la presencia de ciertos elementos de incertidumbre, como la intensificación de los riesgos geopolíticos, la inquietud respecto a la estabilidad financiera, a medio plazo, y los obstáculos estructurales, que están limitando las perspectivas de crecimiento, en particular en las economías emergentes. La inflación mundial se ha ido moderando y las presiones inflacionistas están bastante contenidas, reflejando, tanto el exceso de capacidad de la economía (que se está reconduciendo lentamente) como la desaceleración de los precios de las materias primas.

Atendiendo a las últimas perspectivas de crecimiento globales publicadas por el Fondo Monetario Internacional (FMI), el avance del PIB mundial en el primer semestre de 2014 fue más lento de lo previsto, proyectándose para 2014 un crecimiento del 3,3%; es decir, 0,4 p.p. por debajo de lo previsto en la edición anterior, en abril de 2014 de *Perspectivas de la economía mundial*. Por su parte, la proyección de crecimiento para 2015 (del 3,8%) también es ahora algo inferior a la que se preveía a principios de año. Estas estimaciones se basan en el supuesto de que los principales factores que respaldan la recuperación de las economías avanzadas se mantendrán activos. Asimismo, se espera una reducción de las tensiones geopolíticas, lo cual contribuiría a cierto grado de recuperación en las economías afectadas. Por otra parte, las perspectivas de crecimiento, tanto de las economías avanzadas como de los mercados emergentes, subrayan una heterogeneidad considerable entre áreas. En las economías avanzadas se proyecta un repunte discreto del crecimiento, más lentamente en Japón y la

Zona Euro, y más dinámico en Estados Unidos y las demás regiones. Entre los grandes mercados emergentes, se observa que el crecimiento se mantiene elevado en las economías de este grupo en Asia, con una leve desaceleración en China y un repunte en India, siendo relativamente atenuado en Brasil y Rusia.

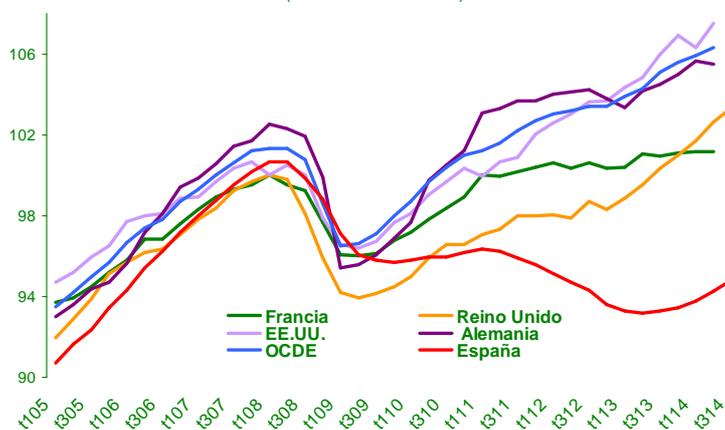
**Cuadro 1.1**  
**Perspectivas de la economía mundial**  
*Tasas de variación interanual en %, salvo indicación en contrario*

	Previsiones			
	2012	2013	2014	2015
<b>PIB mundial</b>	<b>3,5</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,8</b>
<b>Economías avanzadas</b>	<b>1,4</b>	<b>1,3</b>	<b>1,8</b>	<b>2,3</b>
Estados Unidos	2,8	1,9	2,2	3,1
Zona Euro	-0,7	-0,4	0,8	1,3
Alemania	0,9	0,5	1,4	1,5
Francia	0,3	0,3	0,4	1,0
Italia	-2,4	-1,9	-0,2	0,8
<b>España</b>	<b>-1,6</b>	<b>-1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,7</b>
Japón	1,4	1,5	0,9	0,8
Reino Unido	0,3	1,7	3,2	2,7
Canadá	1,7	2,0	2,3	2,4
Otras economías avanzadas	2,0	2,3	2,9	3,1
<b>Econ. mercados emergentes y en desarrollo</b>	<b>5,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>5,0</b>
África subsahariana	5,1	5,4	5,1	5,8
América Latina y el Caribe	2,9	2,6	1,3	2,2
Brasil	1,0	2,5	0,3	1,4
México	4,0	1,1	2,4	3,5
Comunidad de Estados Independientes	3,4	2,2	0,8	1,6
Rusia	3,4	1,3	0,2	0,5
Excluido Rusia	3,6	4,2	2,0	4,0
Econ. emergentes y en desarrollo de Asia	6,7	6,6	6,5	6,6
China	7,7	7,7	7,4	7,1
India	4,7	5,0	5,6	6,4
ASEAN-5*	6,2	5,2	4,7	5,4
Econ. emergentes y en desarrollo de Europa	1,4	2,8	2,7	2,9
<b>Volumen del comercio mundial (bienes y serv.)</b>	<b>2,8</b>	<b>3,1</b>	<b>3,8</b>	<b>5,0</b>

\* Se incluyen Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia y Vietnam.

Fuente: Fondo Monetario Internacional, octubre de 2014.

GRÁFICO 1.1  
Trayectoria del PIB en España y en las principales economías de turismo emisor  
(Base 100 en 2008)



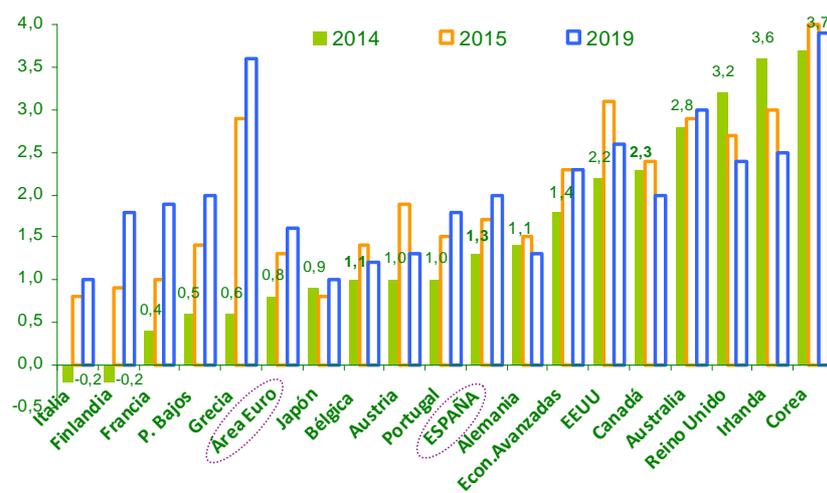
Fuente: Banco de España.

Desde una perspectiva temporal más amplia, la trayectoria del PIB en España, respecto a la de otras economías avanzadas resulta muy indicativa de la mayor contracción sufrida por la actividad productiva española. En este sentido, tras el fuerte retraimiento sufrido en 2009, la mayor parte de las economías de la OCDE iniciaron un claro perfil de recuperación que no se percibió en España hasta mediados de 2013. Curiosamente, los signos del comienzo de esta fase de expansión de la economía española han sido coincidentes con un proceso de pérdida de dinamismo del conjunto de la economía de la Zona Euro, que se ha concretado en estancamiento en el segundo trimestre de 2014. La debilidad en el ritmo de las tres grandes economías de la UEM: Alemania, Italia y Francia explica este estancamiento del “núcleo” europeo, que contrasta con la trayectoria de más confianza que inspiran Estados Unidos y Reino Unido, e incluso en Japón (a pesar de que en los últimos meses se haya elevado la incertidumbre sobre el impacto que el alza impositiva -introducida en abril- podría tener sobre el crecimiento).

Entre las razones de este debilitamiento de las principales economías de la UEM destacan la pérdida de pulso del comercio mundial y las tensiones geopolíticas, que han dañado la recuperación de la demanda externa, al tiempo que el alto endeudamiento público y privado, así como el elevado desempleo, que también vienen dificultando el impulso de la demanda interna. Por otra parte, la baja inflación dificulta el ajuste competitivo interno y erosiona las perspectivas de gasto. Otro factor limitativo del crecimiento tiene que ver con el comportamiento del sector financiero. De este modo, aunque la crisis de deuda de la Eurozona parece casi superada y las disparidades entre las

rentabilidades de los bonos soberanos de las economías periféricas, con respecto a Alemania, se han reducido muy significativamente, lo cierto es que persiste un elevado grado de fragmentación y la evolución del crédito al sector privado continúa mostrando una notable debilidad. En este mismo sentido, en el boletín mensual de octubre, el Banco Central Europeo reconocía que sería probable que las elevadas tasas de desempleo, la notable capacidad productiva sin utilizar, la persistencia del crecimiento negativo de los préstamos bancarios al sector privado y los necesarios ajustes de los balances en los sectores público y privado sigan frenando el ritmo de la recuperación económica. Así, los riesgos en torno a las perspectivas económicas de la Zona Euro continúan situándose a la baja.

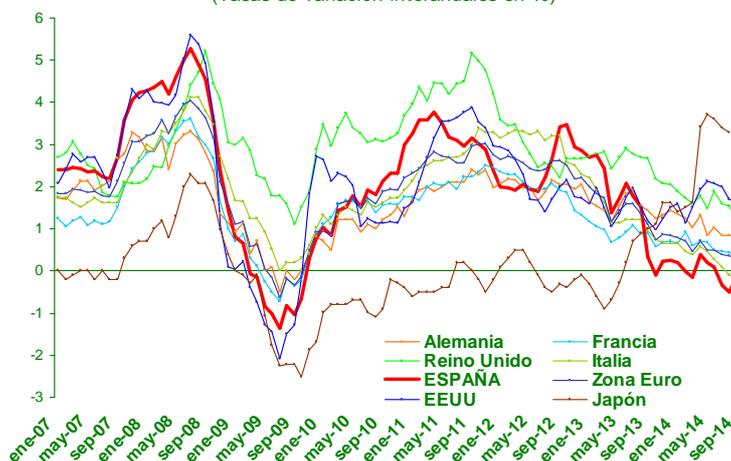
**GRÁFICO 1.2**  
**Previsiones de crecimiento por países para 2014-2015 y 2019**  
(PIB real en %)



Fuente: FMI, Previsiones de Octubre 2014.

A partir de este diagnóstico, los organismos internacionales y los analistas privados han corregido a la baja sus previsiones de crecimiento para la Eurozona para 2014 y 2015, revisiones que han afectado a la mayoría de países y componentes del gasto. Aunque, pese a todo, se mantiene un escenario de expansión moderada, apoyada en el carácter fuertemente acomodaticio de la política monetaria, la mejora de las condiciones financieras y los progresos realizados en los ámbitos de la consolidación fiscal. El crecimiento, posiblemente, será débil e insuficiente para reducir, de forma significativa, los elevados volúmenes de desempleo y el exceso de capacidad productiva instalada. Para el BCE, el recrudecimiento de las tensiones geopolíticas y los efectos que la crisis de Ucrania puede llegar a tener en algunos países de la UEM representan un riesgo a la baja en este escenario.

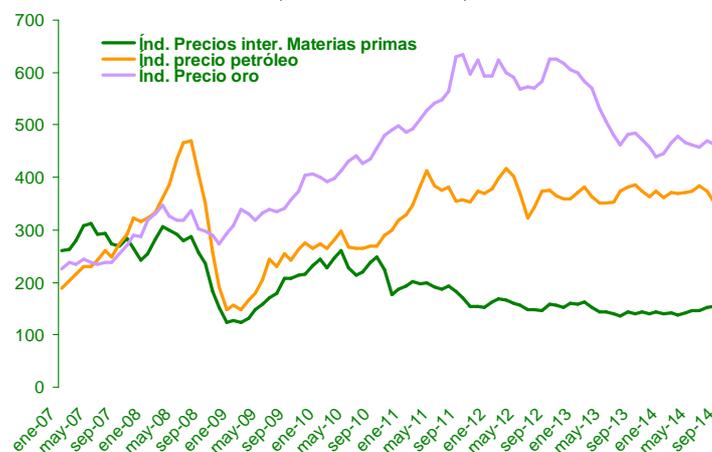
**GRÁFICO 1.3**  
**Trayectoria de las tasas de inflación en las principales economías avanzadas**  
(Tasas de variación interanuales en %)



Fuente: Banco de España.

Asimismo, cabe destacar las revisiones a la baja de las perspectivas de inflación para la Zona Euro, efectuadas por distintas instituciones y analistas, en la segunda mitad de 2014. De hecho, a lo largo del último trimestre, la inflación del Área Euro prolongó la tendencia decreciente que viene experimentando desde la segunda parte de 2013, situándose su tasa anual en el 0,3% en septiembre, muy alejada de la referencia o tasa objetivo para el BCE del 2%. Aunque parte de la evolución reciente es consecuencia de la caída de los precios de la energía y de los alimentos, la falta de dinamismo resulta generalizada por componentes. Además, los indicadores de expectativas disponibles anticipan que la UEM requerirá un período prolongado para que la inflación retome tasas más compatibles con el objetivo de estabilidad de precios.

**GRÁFICO 1.4**  
**Precios del petróleo y otras materias primas**  
(Base 100, año 2000)



Fuente: Banco de España.

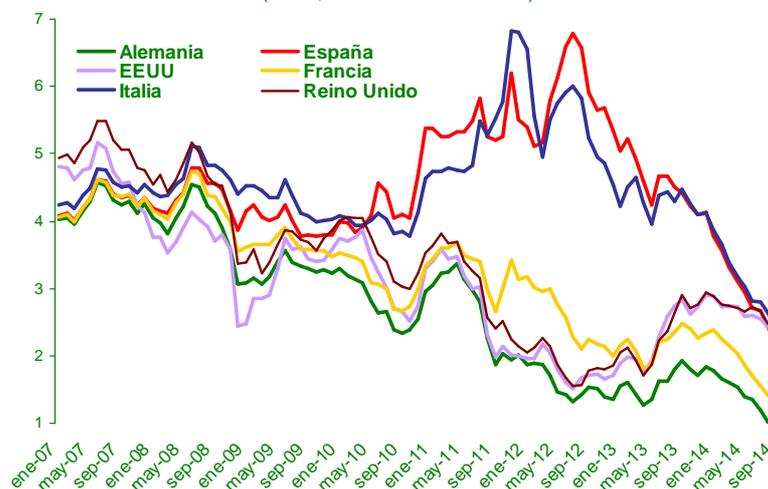
La evolución del sector financiero constituye, sin duda, otro elemento fundamental en el seguimiento de la coyuntura reciente. Así, las condiciones en los mercados interbancarios, de deuda y bursátiles se han mantenido durante 2014 en una fase de cierta estabilización, avanzando hacia unos parámetros más próximos a la normalización, después de los episodios de estrés que se han venido produciendo desde el comienzo de la crisis, allá por 2007. De este modo, la reducción de la incertidumbre en los mercados financieros se ha reflejado en el mantenimiento en niveles bajos de los indicadores de riesgo sistémico para España.

Afortunadamente, los engranajes de los mercados mayoristas de financiación bancaria han ido mejorando desde entonces, aunque todavía se observa una excesiva fragmentación geográfica en el mercado interbancario de la Eurozona. Entre las medidas que el BCE ha adoptado, a fin de superar estas anomalías, llama la atención el establecimiento de una tasa negativa en la “remuneración” de su Facilidad de Depósito. Todavía habrá que esperar un tiempo para comprobar la eficacia y efectos de esta medida sobre el sector financiero de la UEM, aunque por el momento, la decisión ha reforzado la senda bajista de los tipos euríbor, aspecto éste que, sin duda, era uno de los objetivos perseguidos.

En términos generales, en los trimestres precedentes se ha registrado un clima de estabilidad que ha venido acompañado de nuevas reducciones de los costes de financiación (más intensas en la Zona Euro). Esta evolución no ha estado exenta, sin embargo, de algunos episodios de tensión, como el observado a mediados en octubre de 2014 (ligado a los temores sobre el crecimiento económico mundial y, más específicamente, del Área Euro) y que se tradujo en caídas generalizadas de los índices bursátiles y repuntes de las primas de riesgo y de la volatilidad.

En cualquier caso, en España, la rentabilidad de la deuda pública a 10 años se situó en niveles del 2,1% a finales de octubre, reduciéndose el diferencial con la deuda pública alemana hasta los 125 puntos básicos en ese mismo período. La mejora de las condiciones en los mercados mayoristas nacionales ha venido acompañada de un mayor dinamismo del PIB, que se está traduciendo en una incipiente recuperación del empleo, y de un cierto fortalecimiento de la posición económica y financiera de los hogares y de las sociedades no financieras.

**GRÁFICO 1.5**  
**Rendimientos de la deuda pública a 10 años**  
(en %, mercados nacionales)

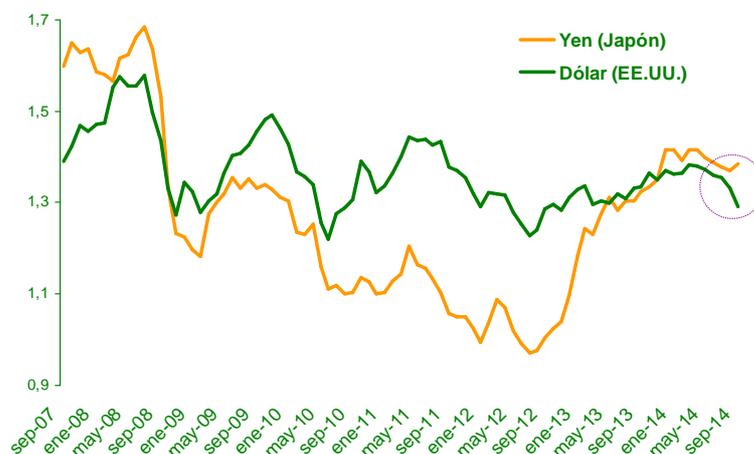


Fuente: Banco de España.

Al mismo tiempo, la tasa de caída del crédito al sector privado residente (familias, empresas) se ha estabilizado en el último año, moderando en los últimos meses su ritmo de descenso en el crédito destinado a las familias y en el concedido a las empresas no financieras. Pero, esta evolución agregada continúa estando condicionada por la necesidad de corregir el elevado endeudamiento del sector privado, especialmente en los sectores de construcción y actividades inmobiliarias, donde la contracción del crédito es mayor que en el resto de sectores. Otro aspecto digno de subrayar es que, si bien sigue disminuyendo el crédito a empresas, por importe superior a 1 millón de euros (caídas a tasas superiores al 20%), el crédito por una cuantía inferior al 1 millón de euros (más ligado a PYMES) crece a tasas del 9%.

El volumen total de activos dudosos del crédito al sector privado residente ha moderado su tasa de aumento interanual en los últimos meses, registrando caídas intermensuales desde enero de 2014 hasta los últimos datos disponibles del ejercicio en curso. Esta moderación en el ritmo de aumento de los dudosos es especialmente perceptible para las empresas no financieras y para el crédito a familias destinado a la compra de vivienda. La ratio de morosidad, a pesar de registrar mayores niveles que los observados el pasado año, se ha reducido levemente con respecto a los niveles alcanzados en torno a finales de 2013 y el primer trimestre de 2014. Este descenso es fruto de caídas de los activos dudosos en lo que va de año, compensadas, en gran medida, por la evolución a la baja del crédito (denominador de la ratio).

GRÁFICO 1.6  
Tipos de cambio del euro frente al dólar y al yen



Fuente: Banco de España.

Con relación a las fluctuaciones cambiarias (aspecto con cierto grado de relevancia en las elecciones de destino turístico para una parte de residentes en el extranjero –como es el caso de los británicos, con fuerte presencia en Andalucía-), cabe destacar que el euro se depreció a lo largo de 2014. En particular, durante el tercer trimestre intensificó su descenso, dada la reducción de los tipos de interés oficiales, el anuncio de medidas de política monetaria no convencional y las perspectivas menos halagüeñas para la economía real. En concreto, en el período julio-octubre, el euro se depreció un 6,5% frente al dólar y un 1,3% frente a la libra. En términos de tipo de cambio efectivo nominal, el euro se depreció un 2,4% y un 3,4%, respectivamente, desde principios de 2014 y mantiene una apreciación de casi el 5% en relación con el promedio histórico registrado desde la puesta en marcha de la UEM.

Centrando la atención en la economía española, cabe destacar que el proceso de reanimación de la actividad productiva que se inició en el verano de 2013, aún se percibe a finales de 2014, si bien a un ritmo posiblemente más moderado desde el verano. En concreto, tras avanzar a una tasa intertrimestral del 0,6% en el segundo trimestre, se estima que el PIB pudo crecer un 0,5% en el tercero, lo que se traduciría en un incremento del 1,6% cuando se compara con el mismo período del pasado año. Esta evolución tuvo lugar en un contexto marcado por la normalización –aún inacabada- de las condiciones financieras que afrontan hogares y sociedades no financieras, por el mantenimiento de niveles relativamente elevados de confianza por parte de estos agentes y por la prolongación del

comportamiento favorable del mercado de trabajo. No obstante, estos dos últimos elementos cedieron algo de dinamismo en los meses de verano, lo que, posiblemente, explique la ligera ralentización que, a tenor de los indicadores disponibles, habrían experimentado el consumo privado y la inversión en equipo. No obstante, estos dos componentes de la demanda privada han experimentado un notable dinamismo, en comparación con los años centrales de la gran crisis sufrida.

Por su parte, la aportación al crecimiento intertrimestral del producto por parte de la demanda exterior neta habría sido ligeramente negativa. El avance de las exportaciones, superior al del trimestre precedente, que vino marcado por la fuerte desaceleración de la UEM, se vio limitado, no obstante, por el debilitamiento de algunos mercados exteriores en los meses de verano. Mientras, el relativo vigor de las compras al resto del mundo reflejó la evolución positiva del componente interno de la demanda final. En definitiva, el avance de la demanda nacional en los últimos trimestres ha discurrido de forma paralela a la desaceleración de los mercados exteriores, lo que se ha manifestado en un deterioro del saldo de intercambios comerciales con el resto del mundo. En concreto, según la información más reciente de la Balanza de Pagos, apunta a que el saldo por cuenta corriente registró en los ocho primeros meses del año un déficit de 4.586 millones de euros, lo que contrasta con el superávit de 8.677 millones de euros del mismo período de 2013.

Desde la perspectiva de la oferta productiva, las ramas de los servicios de mercado vienen mostrando en la segunda mitad de 2014 un tono algo más favorable que el sector industrial, en parte como consecuencia del impacto negativo sobre las ramas manufactureras de la desaceleración de algunos de los principales socios comerciales (europeos o mundiales) de la economía española. Por el contrario, el mejor comportamiento del sector terciario no puede ser ajeno a las buenas cifras del turismo en 2014 (aún provisionales).

En general esta tendencia más dinámica de la producción, también se ha observado en las principales cifras del mercado de trabajo. Así, el empleo del conjunto de la economía habría avanzado, en términos de Contabilidad Nacional, un 0,6% y un 0,4%, en el segundo y tercer trimestre de 2014, respectivamente. Mientras, la población ocupada, estimada por la EPA, habría crecido en el balance del último año en 274 mil personas (entre el tercer trimestre de 2014 y el mismo periodo del año antes), lo que supone un crecimiento interanual del 1,6%. Asimismo, el ritmo de avance de la afiliación de trabajadores a la Seguridad Social crecía en octubre una tasa del 2% anual, al tiempo que la cifra de parados (demandantes inscritos en las oficinas de empleo) disminuía un 5,9%.

Con esta mejor coyuntura, pero en un escenario de freno en el ritmo de recuperación, las previsiones que se proyectan para la economía española en 2015 presentan un perfil de expansión moderada, en el que se corrigen con lentitud algunos de los graves desequilibrios que más preocupan sobre el cuadro *macro* nacional. De este modo, para la Comisión Europea y la OCDE, el crecimiento del PIB español llegará al 1,7% el próximo año (2015), apoyado en el fortalecimiento del empleo y en unas mejores condiciones de financiación. Por su parte, las proyecciones del Gobierno de España son un poco más optimistas y auguran que el avance del PIB podría llegar al 2%, pudiéndose alcanzar una tasa de paro del 22,2% de la población activa, gracias a que el ejecutivo espera la creación de 622 mil empleos entre 2014 y 2015.

Para los expertos de la Comisión Europea, sin embargo, el nivel de desempleo en España se podría reducir desde el 24,8% en 2014 al 23,5% el año que viene, y continuar bajando hasta el 22,2% en 2016. Mientras, la creación de empleo “ayudada por la moderación salarial y por los modestos incrementos en los costes laborales” se irá intensificando en los próximos años.

**Cuadro 1.2**  
**Escenario macroeconómico previsto por el Gobierno de España. 2014-2015**

*(Variaciones en porcentaje respecto al año anterior salvo indicación en contrario)*

26 de septiembre de 2014 (SEC-2010)

	2013	2014 (p)	2015 (p)
<b>PIB volumen y componentes</b>	<b>-1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>2,0</b>
Gasto consumo final nacional privado (a)	-2,3	2,0	2,1
Gasto en consumo final de las AA.PP.	-2,9	0,2	-1,0
Formación bruta de capital	-3,7	1,5	4,4
FBCF (Bienes de equipo y otros productos)	3,4	7,0	6,0
FBCF (Construcción)	-9,2	-3,3	3,1
Demanda nacional (contribución al crecimiento del PIB)	-2,7	1,4	1,8
Exportación de bienes y servicios	4,3	3,6	5,2
Importación de bienes y servicios	-0,5	4,4	5,0
Saldo exterior (contribución al crecimiento del PIB)	1,4	-0,1	0,2
<b>PIB nominal</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,4</b>	<b>2,7</b>
Deflactor del consumo privado	0,9	0,2	0,6
Empleo (b)	-3,3	0,7	1,4
Tasa de paro (% población activa)	26,1	24,7	22,9
Saldo cuenta corriente (% PIB) (*)	1,4	0,9	1,1
Cap.(+) / Nec.(-) financiación frente resto del mundo (% PIB) (*)	2,1	1,5	1,7

Fuente: Ministerio de Economía y Competitividad, 26 de septiembre de 2014 (con datos INE, SEC-2010).

Precisamente, según los cálculos del ejecutivo comunitario, la mejora de España llegará por la vía del consumo privado, que ha crecido más de lo esperado en la primera mitad de este año y que, tras un

bache en el segundo semestre, volverá a rebotar en 2015, favorecido por una reducción del paro que será mayor a la que se adelantaba en las previsiones de primavera para ambos ejercicios.

Por otra parte, el déficit público seguirá una senda descendente, con menores prestaciones por desempleo que compensarán la rebaja del IRPF propiciada por la reforma fiscal. Pero ello no implica que España vaya a alcanzar los objetivos de déficit marcados por la UE, que serán del 5,6% este año, del 4,6% en 2015 y del 3,9% en 2016, sin contar las ayudas a la banca. Dicho de otro modo, la meta fijada en el 3% aún parece lejana. Con estos desajustes anuales entre los ingresos y gastos públicos, se proyecta que la deuda pública será en 2014 del 98,1%; en 2015 cruzará la barrera del 100 para llegar al 101,2% y al 102,1% en 2016. Por su parte la inflación seguirá muy baja durante todo ese tiempo, aunque no se espera que llegue a observarse un proceso de deflación.

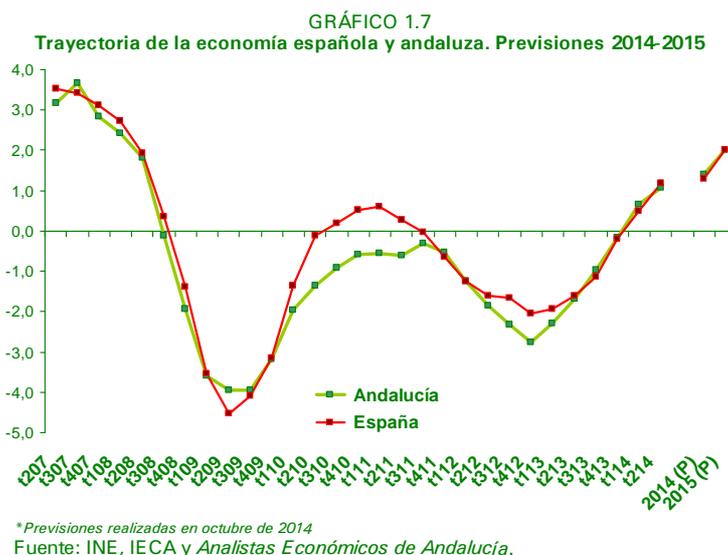
*En el caso de Andalucía*, las estimaciones de la Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía, relativas al segundo trimestre de 2014, muestran un crecimiento de la producción del 0,3% respecto al trimestre anterior, cuatro décimas inferior al registrado en el primer trimestre del año, y tres décimas por debajo del aumento observado en España (0,6% trimestral). En términos interanuales, la variación del PIB ha quedado situada en el 1,1%, tasa similar a la registrada en el conjunto de España (1,2%), y que supone un aumento -el segundo consecutivo- superior en cuatro décimas al registrado en los tres primeros meses de 2014 (0,7%). El gasto en consumo de los hogares ha mostrado una variación interanual del 1,6%, contribuyendo en un punto porcentual al crecimiento del PIB regional, mientras que la aportación de la inversión habría sido próxima a cero, al disminuir un 0,2%.

En lo que se refiere a la demanda exterior neta, su aportación al crecimiento regional ha sido prácticamente nula en el segundo trimestre, tras restar dos décimas al avance de la producción en el primer trimestre de 2014. Este mejor comportamiento se ha debido al ligero repunte de las exportaciones de bienes y servicios, que han crecido un 2,0% en términos interanuales, así como al mantenimiento del crecimiento de las importaciones en el 1,7%.

Por su parte, el empleo (medido en términos de puestos de trabajo según la Contabilidad Regional) ha crecido un 0,6% con relación al segundo trimestre de 2013, casi dos puntos menos que en el primer trimestre del año lo que, unido al incremento más intenso de la producción, ha provocado un nuevo repunte del PIB por ocupado (que habría crecido alrededor de un 0,5% en el segundo trimestre). Dado

este crecimiento de la productividad aparente del factor trabajo, y el comportamiento estable de la remuneración media por asalariado, los costes laborales por unidad de producto habrían descendido de nuevo, en torno a un 0,5%.

Por el lado de la oferta, la producción regional ha crecido en términos trimestrales en todos los sectores productivos, exceptuando la agricultura, aunque en términos interanuales se ha observado también una caída del VAB (Valor Añadido Bruto) en la construcción. Así, el sector de la construcción ha experimentado un descenso interanual del 1,6% en el segundo trimestre, en tanto que el VAB agrario ha descendido un 2,7%. Por el contrario, se estima un crecimiento de la actividad industrial del 2,2% y del 1,2% en el sector servicios, destacando en este último caso el crecimiento de las ramas de comercio, transporte y hostelería y de las actividades profesionales, superior al 2,0%.



Las previsiones realizadas por *Analistas Económicos de Andalucía* sostienen que el crecimiento del PIB andaluz para 2014 estará próximo al 1,4%, tasa similar a la prevista para España, si bien con variaciones en la composición por el lado de la demanda. El gasto en consumo de los hogares crecería en el conjunto del año un 1,5%, mientras que el gasto en consumo de las AA.PP. descendería un 0,2%, teniendo en cuenta los últimos datos publicados. Por su parte, la formación bruta de capital podría crecer un 0,5%.

Para 2015, se estima un crecimiento del PIB andaluz del 2,0%. Todos los sectores productivos, a excepción de la agricultura, registrarían crecimientos respecto a 2014, incluyendo la construcción

(2,3%), por primera vez desde 2007. La industria podría crecer un 3,5%, aunque por su contribución al PIB cabría destacar el crecimiento previsto para el sector servicios (1,9%), al que contribuirá positivamente el tirón del sector turístico. No obstante, cabe recordar que este escenario sigue sujeto a incertidumbres.

Desde la perspectiva de las provincias andaluzas, también se ha venido observado, desde antes del verano, un comportamiento más dinámico de la actividad económica, destacando el avance de Huelva y Málaga. Por el contrario, los avances observados en las provincias de Almería (0,8%), Córdoba (0,6%) y Cádiz (0,5%) resultan menos intensos, situándose por debajo de la media andaluza (1,1%).

## **1.2. Una panorámica del clima turístico**

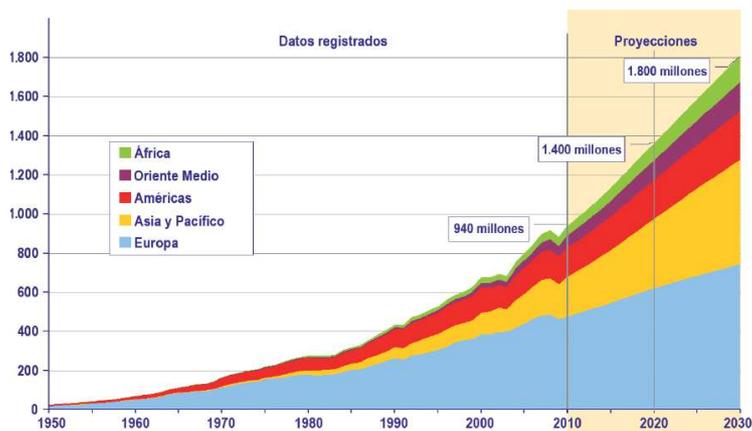
Atendiendo a los indicadores de coyuntura disponibles a nivel internacional y en el ámbito interno, así como a las perspectivas de las principales instituciones del sector turístico, resulta posible hacer una semblanza de la situación reciente, así como el escenario en el que se espera discurra la actividad turística en la provincia de Almería en los próximos trimestres.

El primer referente global del sector, por su importancia, es la Organización Mundial del Turismo (OMT)<sup>1</sup>, que a través de sus informes y estadísticas ofrece un panorama de las grandes claves que definen la actividad turística, permitiendo componer una perspectiva sobre la relevancia del fenómeno turístico a través del tiempo. En el análisis más reciente de esta institución se considera al turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar, ofreciendo algunas cifras sobre la evolución en los últimos sesenta años. Así, se estima que en 1950 el número de turistas internacionales era de 25 millones de personas, mientras en 2013 esta cifra se habría situado en los 1.087 millones, a los que habría que sumar más de 5.000 millones de turistas internos. Su relevancia sobre la economía resulta incuestionable, suponiendo el 9% del PIB mundial (efecto directo, indirecto e inducido), y el 6% de las exportaciones mundiales, al tiempo que los cálculos aproximan que el sector representa 1 de cada 11 empleos.

---

<sup>1</sup> La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente de conocimiento en materia de turismo.

**GRÁFICO 1.8**  
**El turismo hacia 2030: Tendencias y proyecciones 1950-2030**  
(Llegadas de turistas internacionales, en millones de personas)



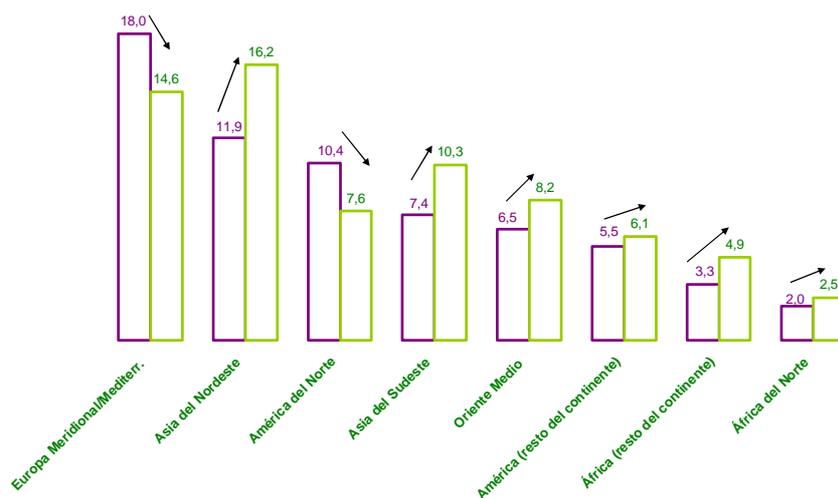
Fuente: Panorama OMT del turismo internacional, edición 2014.

Desde esta perspectiva, en sus últimos informes, la OIT recuerda que un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en este sector, haciendo del mismo un factor clave de progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de puestos de trabajo y de empresas y la ejecución de infraestructuras. En este sentido, durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han sumado otros muchos.

Acorde al crecimiento prácticamente ininterrumpido mostrado por la llegada de turistas internacionales en las últimas décadas, las perspectivas a largo plazo de la OMT, incluidas en *Tourism Towards 2030* (Turismo hacia 2030), pronostican que las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030. Además, entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas en destinos emergentes (4,4% al año) sea el doble de las economías avanzadas (2,2% al año). Asimismo, considerando que la cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2013, cabe esperar que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales.

Diferenciando por grandes regiones mundiales, se proyecta que las llegadas de turistas internacionales a destinos de las economías emergentes de Asia, América Latina, Europa Central y Oriental, Europa Meridional y Mediterránea, Oriente Medio y África dupliquen su ritmo de crecimiento (4,4% al año) respecto al de los destinos de las economías avanzadas (2,2% al año). Por consiguiente, se prevé que en 2015 las llegadas a economías emergentes superen a las de economías avanzadas. En 2030, el 57% de las llegadas internacionales se registrarán en destinos de economías emergentes (frente al 30% de 1980) y el 43% en destinos de economías avanzadas (frente al 70% en 1980). Así, se espera que el mayor crecimiento corresponda a Asia y al Pacífico, donde se prevé que las llegadas aumenten en 331 millones hasta alcanzar los 535 millones en 2030 (4,9% al año).

**GRÁFICO 1.9**  
**Turismo internacional por región de destino: Comparativa cuota 2010 vs. 2030**  
(En % sobre el total mundial)



Fuente: Panorama OMT del turismo internacional, edición 2014.

Por otro lado en Oriente Medio y África la cifra de llegadas crecerá más del doble según el pronóstico para este periodo, pasando de 61 millones a 149 millones y de 50 millones a 134 millones respectivamente. Europa (de 475 a 744 millones) y las Américas (de 150 a 248 millones) crecerán comparativamente menos. Por su parte, a un ritmo de crecimiento mayor aumentarán las cuotas de mercado mundiales de Asia y el Pacífico (del 22% en 2010 al 30% en 2030), Oriente Medio (del 6% al 8%) y África (del 5% al 7%). Por el contrario, Europa (del 51% al 41%) y las Américas (del 16% al 14%) experimentarán una disminución adicional en su cuota de turismo internacional, debido fundamentalmente al menor crecimiento que experimentarán destinos comparativamente más “maduros”, como América del Norte, Europa del Norte y Europa Occidental.



Centrando la atención en el comportamiento del turismo internacional y en España, durante el pasado año 2013, resulta posible pulsar la coyuntura reciente del sector, así como las claves y perspectivas de este ejercicio, 2014, aún solo de forma aproximada por no estar acabado. De este modo, de acuerdo con la información presentada en el informe “Panorama OMT del turismo internacional, edición 2014”, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) crecieron un 5% a escala mundial en 2013, alcanzándose la cifra récord de 1.087 millones de llegadas, después de haberse superado en 2012 la cota de los mil millones. La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento, con un aumento del 6% en llegadas, seguida de Europa y África (ambas 5%). Por su parte, en las Américas, las llegadas internacionales aumentaron un 3%, mientras que en Oriente Medio se mantuvieron sin cambios. Tal y como se refleja en el cuadro adjunto, en el caso de España, se estima que las llegadas de turistas internacionales se incrementaron un 5,6% respecto a 2012, alcanzándose los 60,7 millones de personas. Esta cifra sitúa a España como tercer destino mundial del turismo, solo por detrás de Francia y EEUU.

Cuadro 1.3  
Recepción e ingresos del turismo extranjero, por países

	Llegadas de turistas Internacionales					Ingresos por turismo- Miles de millones de \$ (extranjero ó internacional)			
	2012		2013			2012		2013	
	Tasa de variación %		Tasa de variación %			Tasa de variación %		Tasa de variación %	
	2012	2013	2012	2013		2012	2013	2012	2013
Francia	83,0	..	1,8	..	EEUU	126,2	139,6	9,2	10,6
EEUU	66,7	69,8	6,3	4,7	<b>España</b>	<b>56,3</b>	<b>60,4</b>	<b>1,5</b>	<b>3,9</b>
<b>España</b>	<b>57,5</b>	<b>60,7</b>	<b>2,3</b>	<b>5,6</b>	Francia	53,6	56,1	6,0	1,3
China	57,7	55,7	0,3	-3,5	China	50,0	51,7	0,8	1,4
Italia	46,4	47,7	0,5	2,9	Macao (China)	43,7	51,6	13,2	18,1
Turquía	35,7	37,8	3,0	5,9	Italia	41,2	43,9	3,8	3,1
Alemania	30,4	31,5	7,3	3,7	Tailandia	33,8	42,1	26,7	23,1
Reino Unido	29,3	31,2	-0,1	6,4	Alemania	38,1	41,2	6,3	4,5
Fed. Rusia	25,7	28,4	13,5	10,2	Reino Unido	36,2	40,6	4,8	13,2
Tailandia	22,4	26,5	16,2	18,8	Hong Kong (China)	33,1	38,9	15,8	17,7

Fuente: Panorama del Turismo Internacional, 2014. Organización Mundial del Turismo.

Desde la perspectiva de los ingresos por turismo, en 2013, los flujos turísticos supusieron unas rentas de 1.159.000 millones de dólares en todo el mundo, lo que supone un incremento nominal del 7,5%, en comparación con los 1.078.000 millones de dólares, correspondientes a 2012. No obstante, se estima que el crecimiento de ingresos por turismo internacional fue del 5% en términos reales, descontado el efecto de la inflación, por lo que el avance en términos de ingresos sería igual al de

llegada de turistas. Dicho de otro modo, el gasto medio por persona, a nivel mundial, habría sido similar al del año anterior.

En el caso de España, los ingresos por turismo se habrían incrementado un 3,9%, ligeramente por debajo de la media mundial, si bien por encima de Francia, o Italia. Más concretamente, se aproxima que los ingresos generados por el turismo internacional en España rondarían los 60.435 millones de dólares, un montante que situaría a nuestro país como segundo referente mundial por ingresos vinculados al sector turismo.

Entre otros rasgos características, cabe destacar que China ha consolidado su posición como mayor mercado turístico emisor del mundo, con un gasto en turismo internacional de 129.000 millones de dólares.

Por último, señalar que las previsiones preparadas por la OMT a principios de 2014 apuntaban a un crecimiento de entre el 4% y el 4,5% en las llegadas de turistas internacionales en 2014, superándose la previsión a largo plazo del 3,3% que figura en *Tourism Towards 2030*. Por regiones, según la clasificación de la OMT, las mejores perspectivas de crecimiento para 2014 corresponden a la región de Asia y el Pacífico (entre 5% y 6%), seguida de África (entre 4% y 6%).

Sin duda, la ubicación geográfica de *España*, y de *Andalucía*, en la parte más meridional de Europa, y al mismo tiempo en la zona noroccidental del Mediterráneo nos confiere una ubicación *fronteriza*, de cara a clasificarla dentro de un grupo o región en las proyecciones de la OMT. En este sentido, podría ser considerada como un destino maduro europeo, en cierto modo. Si bien, también se encontraría entre un destino preferencial para países emisores emergentes como China y Rusia, entre otros, tal y como se deduce, también de las actuaciones de política turística de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía y la Secretaría de Estado de Turismo española dentro del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.



Cuadro 1.4

Número de Pernoctaciones en establecimientos hoteleros y similares

	2007			2013			Tasas de variación 2013/2007		
	Residentes	No residentes	Totales	Residentes	No residentes	Totales	Residentes	No residentes	Totales
<b>UE 28</b>	<b>1.344,2</b>	<b>1.007,8</b>	<b>2.352,0</b>	<b>1.446,7</b>	<b>1.188,2</b>	<b>2.635,0</b>	7,6	17,9	12,0
Bélgica	13,6	16,3	29,8	14,9	16,5	31,4	10,0	1,5	5,4
Rep. Checa	20,2	20,6	40,8	21,2	22,1	43,3	4,7	7,4	6,1
Dinamarca	18,7	9,3	28,1	18,6	9,9	28,5	-0,8	6,3	1,5
Alemania	262,8	54,5	317,3	283,7	71,2	354,9	7,9	30,7	11,8
Grecia*	17,3	48,1	65,4	17,4	60,8	78,2	0,1	26,5	19,5
Irlanda**	13,7	21,7	33,7	17,0	11,8	28,9	24,1	-45,3	-14,2
<b>ESPAÑA</b>	<b>156,5</b>	<b>225,5</b>	<b>381,9</b>	<b>136,8</b>	<b>252,4</b>	<b>389,2</b>	-12,6	12,0	1,9
Francia	193,4	108,6	302,0	272,3	131,3	403,6	40,8	20,9	33,7
Italia	213,2	163,5	376,6	192,0	184,8	376,7	-10,0	13,0	0,0
Hungría	10,0	10,2	20,1	12,4	12,0	24,4	25,0	17,8	21,4
P. Bajos	60,3	28,0	88,3	64,3	31,8	96,1	6,6	13,7	8,8
Austria	29,1	71,5	100,7	32,3	78,4	110,7	10,7	9,7	10,0
Polonia	44,0	10,9	55,0	50,5	12,5	63,0	14,7	14,2	14,6
Portugal	19,3	28,7	48,0	17,8	32,1	49,9	-7,7	11,9	4,0
Suecia	37,4	11,2	48,6	38,3	11,4	49,7	2,3	2,2	2,3
Reino Unido*	177,2	84,7	261,9	198,1	105,5	303,6	11,8	24,5	15,9

\* El último año correspondiente a Irlanda, Grecia y Reino Unido es 2012 (no disponible 2013).

\*\* En el caso de Irlanda, los datos de 2007 no están disponibles y se refieren a 2006

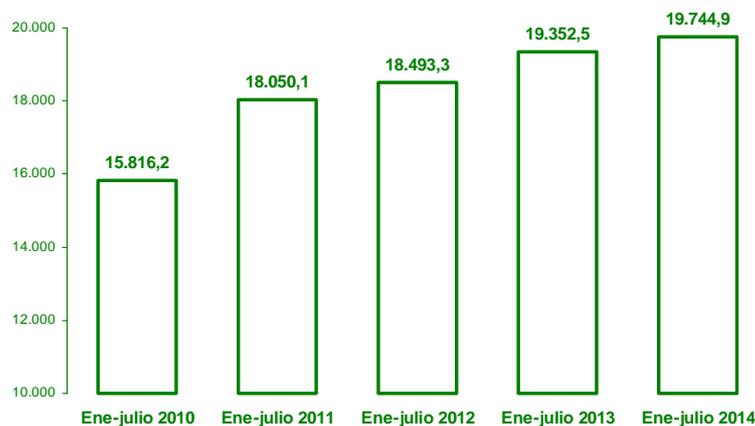
Fuente: Eurostat.

En cualquier caso, atendiendo a la información estadística que ofrece la oficina estadística de la Comisión Europea, pese al retardo temporal en la disponibilidad de indicadores, puede comprobarse que la gravedad de la Gran Recesión ha dejado su huella también en las grandes cifras del sector turístico europeo. Así, según Eurostat, el número de viajeros y pernoctaciones ha aumentado en el balance de los años 2007-2013, en el conjunto de la Unión en un 12%, en el caso de las pernoctaciones, si bien en algunos países como Irlanda se ha observado un descenso significativo (-14,2%) y en otros destinos tan importantes como Italia se ha estancado (variación del 0% en el caso de las pernoctaciones). Por su parte, en España se habría observado en estos años (2007 se considera aún un año en expansión de la economía y, por tanto, del turismo europeo) un avance en la cifra de pernoctaciones del 1,9%, una variación positiva, pero inferior a la de otros importantes destinos europeos, como Francia, Grecia, Reino Unido o Portugal.

Asimismo, conviene hacer una distinción entre el alojamiento hotelero por parte de *residentes* (turistas del propio país) y *foráneos*, es decir extranjeros no residentes en el país en el que pernoctaron. Considerando esta clasificación, en aquellos países más afectados por la crisis económica, como España, Italia, Portugal o Grecia el número de pernoctaciones de residentes aún se encuentra por

debajo del nivel que se tenía en 2007 (salvo en Grecia, donde es prácticamente el mismo: crecimiento del 0,1%). Por el contrario, las pernoctaciones de extranjeros han crecido de forma generalizada en este periodo, con la excepción de la Irlanda, donde se ha observado un notable descenso. Precisamente, la relevancia del turismo extranjero dentro del mercado turístico y hotelero español explica el aumento de las pernoctaciones en el balance del periodo 2007-2013, ya que las pernoctaciones de no residentes crecieron un 12% en estos años, frente al descenso del -12,6% de caída de las pernoctaciones nacionales, haciendo posible una variación positiva de las pernoctaciones totales (+1,9%).

**GRÁFICO 1.10**  
**Saldo de la Balanza de Pagos por servicios de Turismo y viajes**  
*Miles de millones de euros (acumulado enero-julio de cada año)*



Fuente: Síntesis de indicadores, Banco de España.

Para aproximar la significación del turismo internacional para la economía española, también puede recurrirse a la información procedente de la Balanza de Pagos, ya que dentro de la cuenta de bienes y servicios, los flujos monetarios en relación al sector turístico tienen un indudable peso en el caso de las transacciones españolas con el exterior. De este modo, se comprueba que el saldo de la cuenta de servicios de “Turismo y Viajes” viene creciendo en los últimos cinco años, estimándose que en el balance del último año 2014 (con los datos disponibles hasta julio), los ingresos por turismo se situarían 26.700 millones de euros, un 3,8% más que en el mismo periodo del año anterior. Asimismo, los pagos por turismo, es decir, los generados por las salidas de los españoles al extranjero por motivo turístico, se habrían situado en torno a los 6.900 millones de euros, observando un incremento interanual del 9,1%. En consecuencia, el saldo de esta partida, se situaría en 19.700 millones de euros, un montante que superaría al registrado el año anterior, a diferencia del saldo agregado de la balanza de bienes y servicios, que disminuyó su balance positivo, y explicando el déficit de la balanza por cuenta corriente que muestra la economía española, provisionalmente en 2014.



**Cuadro 1.5.**  
**Balanza de servicios por turismo. - Comparativa 2014-2013**

Miles de millones de euros (Datos provisionales, a enero-julio de cada año)

	2013	2014	Variación interanual en %*
<b>Ingresos</b>			
Cuenta corriente	221,0	221,2	0,1
Bienes y servicios	191,7	195,7	2,1
<b>Turismo</b>	<b>25,7</b>	<b>26,7</b>	<b>3,8</b>
<b>Pagos</b>			
Cuenta corriente	215,4	227,1	5,4
Bienes y servicios	169,3	181,1	6,9
<b>Turismo</b>	<b>6,4</b>	<b>6,9</b>	<b>9,1</b>
<b>Saldos</b>			
Cuenta corriente	5,7	-5,9	-11,5
Bienes y servicios	22,4	14,6	-7,7
<b>Turismo</b>	<b>19,4</b>	<b>19,7</b>	<b>0,4</b>

\* En el caso de los saldos, las variaciones no son relativas, sino absolutas.

Fuente: Banco de España.

**Cuadro 1.6**  
**Turistas extranjeros por destino principal: Comparativa por CC.AA.**

Miles de turistas

	España	Andalucía	Baleares	Canarias	Cataluña	C. Valenciana	C. de Madrid	Resto de CC.AA.
2003	50.854	7.919	9.329	9.972	11.374	4.823	2.944	4.492
2004	52.430	7.967	9.546	9.594	12.498	4.881	3.244	4.700
2005	55.914	8.352	9.658	9.442	14.029	5.402	3.419	5.613
2006	58.004	7.976	9.922	9.606	15.117	5.578	4.024	5.782
2007	58.666	8.430	9.956	9.455	15.234	5.713	4.427	5.451
2008	57.192	7.975	10.021	9.357	14.344	5.713	4.616	5.166
2009	52.178	7.465	9.024	8.207	12.705	5.096	4.819	4.860
2010	52.677	7.441	9.202	8.612	13.155	5.021	4.632	4.614
2011	56.177	7.765	10.111	10.211	13.143	5.338	4.478	5.131
2012	57.464	7.529	10.366	10.139	14.440	5.359	4.464	5.169
2013	60.624	7.890	11.081	10.627	15.574	5.961	4.226	5.265
2014*	65.130	8.527	11.324	11.838	16.612	6.248	4.633	6.073

\* Crecimiento previsto aproximado, aplicando la variación registrada entre enero y septiembre de 2014.

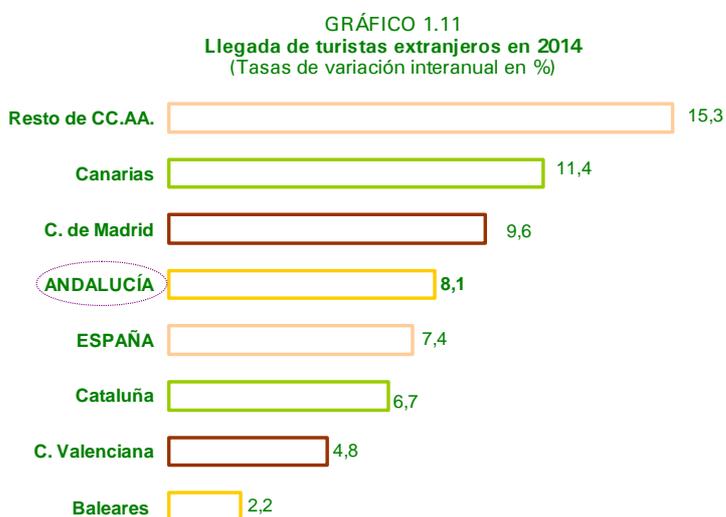
Fuente: Frontur, Instituto de Estudios Turísticos.

Por otro lado, basándonos en la información estadística que elabora el Instituto de Estudios Turísticos, organismo dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad español, responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, puede analizarse la trayectoria de las entradas de turistas extranjeros en España, por comunidad autónoma de destino principal. De este modo, conviene subrayar que en el periodo 2003-2014 (con cifras provisionales a septiembre de este último año), la cifra de turistas extranjeros en Andalucía habría registrado una variación más modesta que la de otras CCAA españolas. No obstante, el número de turistas procedentes de fuera de España se

ha mantenido bastante estable en la región andaluza, en comparación con otras comunidades autónomas, donde se ha observado mayor variación a lo largo del tiempo.

De acuerdo con las cifras de *Frontur*, Andalucía sería la cuarta región española de destino, para los turistas llegados por frontera a España, por detrás de Cataluña, Canarias y Baleares, si bien habría que tener en cuenta que una vez dentro del territorio nacional, la cifra de visitantes en la región andaluza podría ser más elevada, aunque no sean el destino principal de los viajeros recibidos.

Desde un enfoque temporal menos amplio, como el que corresponde a los datos provisionales para 2014, acerca de la llegada de turistas extranjeros por frontera, resulta interesante subrayar que el incremento registrado en Andalucía (8,1% interanual), se encontraría por encima de la media nacional (7,4%) y de otras regiones con notable especialización productiva en el sector turístico, como es el caso de Baleares, Cataluña o la Comunidad Valenciana. También hay que hacer notar el crecimiento observado en el resto de CCAA –de forma agregada-, pudiendo referirse a País Vasco, Navarra, Aragón, Asturias o Galicia, como región de entrada del turista extranjero, aunque luego visite otras zonas de España.



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de Frontur, Instituto de Estudios Turísticos.  
Nota: Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo período del año anterior.

Con la información más reciente (incluyendo los resultados de la temporada estival de 2014), analizada por Exceltur, podría inferirse que el sector turístico se está comportando mejor que el conjunto de la economía española. Así, según esta organización patronal del sector –que agrupa a hoteles, agencias de viajes, turoperadores, y otras empresas de servicios del sector: rent a cars, etc.), el

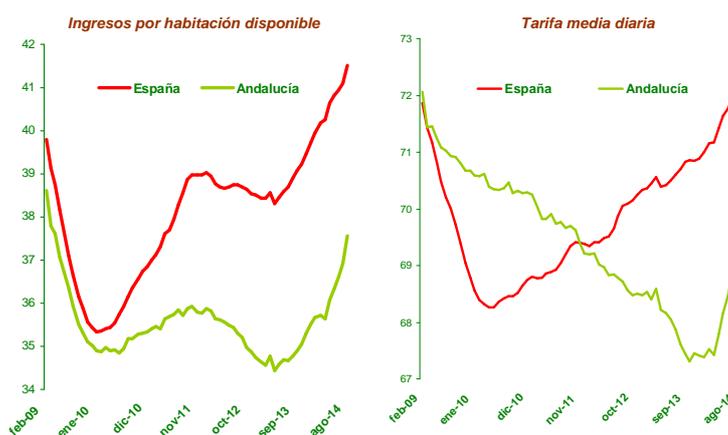
PIB turístico intensificó su crecimiento en el tercer trimestre hasta el 2,9% interanual por encima del crecimiento de la economía española (1,6%), estimándose que generó 63.176 nuevos empleos hasta septiembre, lo que consolida al sector turístico como un claro pilar de la recuperación. Además, según los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, el 64,5% de las empresas turísticas incrementan sus ventas en el acumulado de julio a septiembre y un 58,0% sus resultados, elevando a niveles máximos la confianza empresarial.

La demanda española consolidaría su reactivación en este último verano (con un aumento del 3,4% en pernoctaciones julio-agosto), sostenida sobre precios todavía muy contenidos (el IPC de agencia baja el -1,7% en julio-agosto), facilitando la recuperación del turismo urbano, las agencias de viajes, las compañías de transporte y las empresas de ocio. Por su parte, la demanda extranjera presenta un comportamiento “atípico”, en opinión de Exceltur, ya que mantiene el ritmo de crecimiento de las llegadas en julio y agosto (7,4%), pero se ralentiza el uso de la oferta reglada (con un crecimiento de las pernoctaciones del 0,4%) y el volumen de ingresos que revierten a España (1,7%), explicándose así una nueva y preocupante caída del ingreso por turista (-5,3% julio-agosto). Al margen de factores coyunturales externos, como la menor inestabilidad de Egipto, o el descenso de turismo ruso (por la tensión prebélica con Ucrania), cabe mencionar el aumento exponencial de los servicios de alojamiento no reglados. Así, de los 1,2 millones de llegadas de turistas extranjeros en los meses de julio y agosto en los destinos españoles, 994 mil (el 83,2%) se concentraría en la oferta residencial, de los cuales 690 mil corresponden a viviendas en alquiler.

Por regiones, cabe destacar que en Andalucía, el 68,7% de empresas turísticas mejora resultados y los ingresos hoteleros suben el 9,0%, mientras estas proporciones son en la Comunidad Valenciana del 59,5% y 6,3% y en Canarias 56,0% y 8,1%, respectivamente, entre las zonas vacacionales. Al tiempo que Madrid (76,2% y 6,1%), La Rioja (57,0% y 12,3%) y Castilla-La Mancha (63,3% y 8,6%) destacan entre las regiones de interior. En general, en un clima exterior, marcado por la desaceleración económica en Europa, los empresarios turísticos anticipan se modere la mejoría de sus ventas y resultados para el último trimestre de 2014, por la contención de la demanda extranjera y su comparación con un atípico y muy positivo cuarto trimestre de 2013. De hecho, el 58,0% de los empresarios turísticos preveían a cierre de septiembre una mejoría leve en las ventas para el cuarto trimestre de 2014 y el 45,6% en sus resultados. Desde Exceltur, se prevé una ralentización de la actividad turística en el cuarto trimestre respecto del mismo trimestre del 2013, sin perjuicio de que el

crecimiento esperado del PIB turístico para el conjunto de 2014 se sitúe en torno al 2,4%, una tasa que superaría el 1,3% estimado para el agregado de la economía española.

**GRÁFICO 1.12**  
**Indicadores de rentabilidad del sector hotelero: Comparativa Andalucía-España**  
(euros, en promedio de los doce últimos meses)



Fuente: Indicadores de rentabilidad del sector hotelero, INE.

Por último, utilizando la información del INE, relativa a indicadores de rentabilidad del sector hotelero, puede aproximarse la positiva trayectoria que presentan los ingresos por habitación disponible. Aunque el incremento –en términos absolutos–, desde 2010 ha sido más intenso en el conjunto de España y mucho más modesto en Andalucía. En concreto, en los establecimientos hoteleros de Andalucía, los ingresos hoteleros por habitación en el último año han rondado los 37,6 euros, mientras en el conjunto de España eran unos cuatro euros más elevados. Esta diferencia era poco significativa en 2009, cuando los ingresos medios por habitación se situaban en Andalucía en torno a un euro por debajo del promedio nacional.

Sin duda, existe una cierta correlación entre las ventas hoteleras y la tarifa media diaria (ADR (Average Daily Rate, en sus siglas en inglés), siendo ambas variables una fuente importante de información para los establecimientos hoteleros, que les permite evaluar su política de precios o “revenue management”. En este sentido, los precios medios por habitación en los establecimientos hoteleros de Andalucía han venido descendiendo hasta buena parte de 2013, mientras en el conjunto de España habrían iniciado su recuperación en el verano de 2010. Este retraso en la revisión de tarifas por parte de los establecimientos de la región explicaría que las tarifas medias en España hayan crecido más en el espacio nacional, siendo ahora casi 3 euros más elevados los precios en España que

en el ámbito andaluz. A diferencia de lo observado en 2009 y 2010 cuando la tarifa medida diaria en Andalucía era superior al promedio nacional.

### 1.3 La actividad turística en España y Andalucía

Finalizada la campaña de verano, los indicadores de demanda y oferta del turismo reflejan la buena trayectoria del sector a lo largo de 2014 tanto en España como en Andalucía. A grandes rasgos, según la valoración turística que realiza Exceltur, se confirma la recuperación de la demanda española, especialmente en el segmento urbano, siguen creciendo a buen ritmo las llegadas de turistas extranjeros y, en definitiva, el PIB turístico tendrá un crecimiento muy positivo (en torno al 2,4%) y notablemente superior al previsto para la economía española en su conjunto (1,3%).

Entre enero y septiembre de 2014, según Frontur, llegaron a España 52,4 millones de turistas internacionales, lo que supone un crecimiento interanual del 7,3%. En términos absolutos, la mayor aportación al crecimiento de los turistas internacionales proviene de Francia, Reino Unido y Alemania, con más de 500 mil turistas cada uno. Con relación al tipo de alojamiento, el 62,5% de los turistas internacionales (32,7 millones) se alojaron en establecimientos hoteleros, el 19,3% en vivienda propia o de amigos, el 11,9% en viviendas alquiladas, y el 6,3% restante en otros alojamientos.

Andalucía, con 6,9 millones de turistas, registró un crecimiento interanual del 8%, impulsada por el notable aumento de británicos y del flujo turístico del mercado asiático. Igualmente, resulta destacable que Andalucía es la única comunidad donde ha crecido el turismo nórdico durante los nueve primeros meses de 2014.

Por lo que se refiere a los viajeros alojados en **establecimientos hoteleros**, según se desprende de la Encuesta de Ocupación Hotelera que elabora el INE, ascienden a 69,5 millones de viajeros entre enero y septiembre de 2014, lo que supone un crecimiento interanual de 2,9 millones, el 4,4%. Los viajeros nacionales ascienden a 34,7 millones y los extranjeros a 34,8 millones, observándose un incremento absoluto similar en las dos variables, en torno a 1,4 millones de viajeros, y un 4,4% y 4,3%, en términos relativos, respectivamente.

Las pernoctaciones hoteleras en España remontan, entre enero y septiembre, hasta los 239,1 millones, lo que supone un incremento interanual del 2,9%, unos 6,7 millones de pernoctaciones más. Las



pernoctaciones de los extranjeros (155,1 millones) representan casi dos tercios del total y registran un aumento de casi 3,9 millones de estancias (2,6% en tasa interanual), e igualmente, las pernoctaciones de los nacionales (84,0 millones) crecen a un fuerte ritmo interanual, unos 2,8 millones de estancias (3,5% en tasa).

**Cuadro 1.7**  
**Indicadores de demanda hotelera y extrahotelera en España**

	Tasa de variación interanual en%				
	2012	2013	2014 <sup>(1)</sup>	2013	2014 <sup>(2)</sup>
<b>Establecimientos hoteleros</b>					
Total viajeros	82.962.480	83.820.919	69.493.595	1,03	4,37
Residentes en España	43.025.752	42.569.374	34.717.358	-1,06	4,42
Residentes en el extranjero	39.936.728	41.251.545	34.776.238	3,29	4,33
Total pernoctaciones	280.659.548	286.030.161	239.056.389	1,91	2,89
Residentes en España	102.101.248	100.633.926	83.960.708	-1,44	3,49
Residentes en el extranjero	178.558.300	185.396.233	155.095.681	3,83	2,57
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	3,38	3,41	3,44	0,03	-0,05
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	50,24	51,15	54,87	0,91	1,85
<b>Apartamentos Turísticos</b>					
Total viajeros	8.862.528	9.285.142	7.908.930	4,77	4,58
Residentes en España	2.974.750	3.121.049	2.752.240	4,92	4,25
Residentes en el extranjero	5.887.778	6.164.093	5.156.690	4,69	4,76
Total pernoctaciones	63.145.439	64.867.452	54.300.610	2,73	3,38
Residentes en España	14.815.090	14.953.018	13.199.506	0,93	1,04
Residentes en el extranjero	48.330.349	49.914.434	41.101.104	3,28	4,16
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	7,12	6,99	6,87	-0,14	-0,08
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	37,35	37,65	40,55	0,30	1,77
<b>Alojamientos Rurales</b>					
Total viajeros	2.670.368	2.509.510	2.120.378	-6,02	12,12
Residentes en España	2.280.035	2.109.477	1.727.484	-7,48	11,48
Residentes en el extranjero	390.333	400.033	392.894	2,49	15,05
Total pernoctaciones	7.527.375	6.938.030	6.107.972	-7,83	10,89
Residentes en España	5.797.760	5.228.255	4.480.317	-9,82	10,54
Residentes en el extranjero	1.729.615	1.709.775	1.627.655	-1,15	11,87
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	2,82	2,76	2,88	-0,05	-0,03
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	14,06	13,19	15,12	-6,21	1,32
<b>Acampamentos (Camping)</b>					
Total viajeros	5.913.803	6.057.518	5.786.603	2,43	4,23
Residentes en España	4.027.993	4.074.307	3.884.056	1,15	4,05
Residentes en el extranjero	1.885.810	1.983.211	1.902.547	5,16	4,60
Total pernoctaciones	31.338.614	31.376.345	29.369.417	0,12	3,40
Residentes en España	16.567.875	15.949.021	15.958.329	-3,74	6,49
Residentes en el extranjero	14.770.739	15.427.324	13.411.088	4,45	-0,05
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	5,30	5,18	5,08	-0,12	-0,04
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	34,22	34,54	36,69	0,32	1,49

<sup>(1)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(2)</sup> Variación disponible respecto al mismo período del año anterior. <sup>(3)</sup> Variación en diferencias de puntos porcentuales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, Apartamentos Turísticos, Alojamientos Rurales y Campings, INE

En el caso de los alojamientos extrahoteleros se constata, igualmente, un comportamiento muy favorable de los principales indicadores turísticos. Los viajeros alojados en apartamentos turísticos (7,9 millones) crecieron un 4,6% entre enero y septiembre en tasa interanual, siendo los viajeros extranjeros (4,8%) los que muestran un mayor avance en el período, si bien, los residentes en España crecieron a buen ritmo (4,3%). En el caso de los viajeros que pernoctaron en alojamientos rurales, 2,1 millones, el incremento interanual en 2014 ha sido notable (12,1%), siendo relevante tanto en los

nacionales (11,5%) como en los extranjeros (15,1%), aunque en este caso el peso de los residentes en España (81,5% del total) condiciona la trayectoria final de esta variable. En los acampamentos turísticos, los viajeros alojados ascienden a 5,8 millones, y como en las tipologías anteriores, se observa un crecimiento apreciable en 2014 (4,2%), siendo igualmente, los extranjeros (4,6%) los que han mantenido una mejor trayectoria interanual, si bien, los nacionales aportan dos tercios de los viajeros de esta tipología de establecimiento.

Por lo que se refiere a las pernoctaciones, los tres tipos de establecimientos extrahoteleros han registrado un crecimiento de las mismas en los nueve primeros meses de 2014, aunque ligeramente más moderados que los señalados para los viajeros. Igualmente, las pernoctaciones de los extranjeros han mostrado un mayor dinamismo en apartamentos y alojamientos rurales, frente a la estabilidad observada en los acampamentos.

En consecuencia, la menor dinámica de las pernoctaciones frente a los viajeros, en todas las tipologías de establecimientos, se traduce en una moderada caída de las estancias medias, mientras que el grado de ocupación crece por encima del punto porcentual, acercándose a 1,9 p.p. en el caso de los hoteles.

El examen de los indicadores de oferta refleja, en los nueve primeros meses de 2014, una relativa estabilidad. Los establecimientos hoteleros abiertos (15.116) registran un moderado descenso interanual (-0,4%), al tiempo que las plazas disponibles (1.496.765) permanecen prácticamente inalteradas (-0,05%). En el caso del empleo en hoteles, se contabilizan en el promedio del período 192.730 ocupados, unos 1.610 más que hace un año, un 0,8% más en tasa interanual. En el caso de la oferta extrahotelera, se reducen los establecimientos (-1,6% y -1,4%) y las plazas (-0,6% y -2,0%) en apartamentos y acampamentos, y crecen en los alojamientos rurales. Por el contrario, el personal empleado crece con intensidad en los apartamentos (4,9%), moderadamente en los alojamientos rurales (2,2%), y permanece estable en los acampamentos (0,02%).



Cuadro 1.8  
Indicadores de oferta hotelera y extrahotelera en España

	2012	2013	2014 <sup>(1)</sup>	Tasa de variación interanual en%	
				2013	2014 <sup>(2)</sup>
<b>Establecimientos hoteleros</b>					
Número de establecimientos	14.995	14.822	15.116	-1,16	-0,43
Número de plazas	1.432.582	1.434.520	1.496.765	0,14	-0,05
Personal empleado	192.509	186.785	192.730	-2,97	0,84
<b>Apartamentos Turísticos</b>					
Número de establecimientos	121.284	123.576	126.669	1,89	-1,64
Número de plazas	444.807	453.422	471.917	1,94	-0,55
Personal empleado	22.380	22.781	24.870	1,79	4,93
<b>Alojamientos Rurales</b>					
Número de establecimientos	15.395	15.078	15.249	-2,06	0,74
Número de plazas	142.468	139.828	142.175	-1,85	0,94
Personal empleado	21.623	21.411	22.115	-0,98	2,21
<b>Acampamentos (Camping)</b>					
Número de establecimientos	750	753	824	0,39	-1,44
Número de parcelas	488.117	494.760	542.801	1,36	-2,00
Personal empleado	5.558	5.604	6.415	0,84	0,02

<sup>(1)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(2)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, Apartamentos Turísticos, Alojamientos Rurales y Camping, INE.

Del total de viajeros alojados en hoteles de España entre enero y septiembre, el 17,9%, unos 12,4 millones de viajeros pernoctaron en hoteles de Andalucía, con un aumento interanual de 431 mil viajeros, el 3,6%. Los viajeros nacionales se estiman en 7,1 millones, y los extranjeros en 5,3 millones, y han registrado un incremento interanual del 3,3% y del 4,0%, respectivamente (226 mil y 205 mil viajeros, en cada caso). Las pernoctaciones hoteleras, por su parte, ascienden a 37 millones en el período señalado, el 15,5% del total nacional, observándose un crecimiento interanual del 4,1%. Las pernoctaciones de los residentes (19,0 millones) representan el 22,7% del total nacional, poniendo de relieve la mayor cuota de mercado en este segmento en Andalucía, mientras que las pernoctaciones de los extranjeros (18,0 millones) suponen el 11,6% de las registradas en España. Igualmente, el crecimiento experimentado por las pernoctaciones de los españoles (4,5%) ha sido de más intensidad que el observado en los extranjeros (3,7%).

Los alojamientos extrahoteleros, por su parte, han reflejado, igualmente, los buenos resultados de la actividad turística durante los tres trimestres transcurridos de 2014. Así, viajeros y pernотaciones crecen a un ritmo interanual notable en apartamentos turísticos (17,4% y 13,5%, respectivamente) y alojamientos rurales (8,1% y 11,1%, en cada variable), y algo más comedidamente en los acampamentos (4,2% y 4,0%). En este último caso, destaca la caída de los viajeros extranjeros (-2,5%), en claro contraste con los incrementos que han experimentado en las otras tipologías de establecimientos.

**Cuadro 1.9**  
**Indicadores de demanda hotelera y extrahotelera en Andalucía**

	Tasa de variación interanual en%				
	2012	2013	2014 <sup>(1)</sup>	2013	2014 <sup>(2)</sup>
<b>Establecimientos hoteleros</b>					
Total viajeros	14.451.589	14.944.113	12.409.790	3,41	3,60
<i>Residentes en España</i>	8.354.777	8.611.659	7.116.273	3,07	3,28
<i>Residentes en el extranjero</i>	6.096.812	6.332.452	5.293.517	3,86	4,02
Total pernотaciones	41.181.763	43.061.934	37.016.838	4,57	4,10
<i>Residentes en España</i>	21.093.776	21.766.779	19.036.313	3,19	4,51
<i>Residentes en el extranjero</i>	20.087.987	21.295.153	17.980.525	6,01	3,68
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	2,85	2,88	2,98	0,03	0,01
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	43,93	45,23	49,64	1,30	1,82
<b>Apartamentos Turísticos</b>					
Total viajeros	1.179.570	1.361.488	1.320.163	15,42	17,41
<i>Residentes en España</i>	589.472	668.563	630.368	13,42	10,35
<i>Residentes en el extranjero</i>	590.098	692.925	689.795	17,43	24,71
Total pernотaciones	6.293.606	6.812.274	6.448.100	8,24	13,45
<i>Residentes en España</i>	2.477.139	2.529.410	2.427.986	2,11	7,43
<i>Residentes en el extranjero</i>	3.816.467	4.282.864	4.020.114	12,22	17,42
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	5,34	5,00	4,88	-0,33	-0,17
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	29,49	30,41	34,73	0,92	2,08
<b>Alojamientos Rurales</b>					
Total viajeros	165.430	185.647	145.336	12,22	8,08
<i>Residentes en España</i>	125.182	133.582	100.284	6,71	8,91
<i>Residentes en el extranjero</i>	40.248	52.065	45.052	29,36	6,29
Total pernотaciones	602.513	640.444	548.457	6,30	11,05
<i>Residentes en España</i>	349.421	352.395	285.150	0,85	10,61
<i>Residentes en el extranjero</i>	253.092	288.049	263.307	13,81	11,53
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	3,64	3,45	3,77	-0,19	0,10
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	13,78	13,66	14,93	-0,11	0,88
<b>Acampamentos (Camping)</b>					
Total viajeros	761.213	782.237	731.009	2,76	4,21
<i>Residentes en España</i>	514.815	525.301	520.775	2,04	7,18
<i>Residentes en el extranjero</i>	246.398	256.936	210.234	4,28	-2,50
Total pernотaciones	3.418.333	3.301.332	2.937.617	-3,42	3,97
<i>Residentes en España</i>	2.030.673	1.912.780	1.849.581	-5,81	4,61
<i>Residentes en el extranjero</i>	1.387.660	1.388.552	1.088.036	0,06	2,90
Estancia media en días <sup>(3)</sup>	4,49	4,22	4,02	-0,27	-0,01
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(3)</sup>	22,58	23,42	25,42	0,84	1,26

<sup>(1)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(2)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior. <sup>(3)</sup> Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, Apartamentos Turísticos, Alojamientos Rurales y Campings, INE

La estancia media en Andalucía se mantiene, en términos generales, relativamente estable, con ligeros repuntes en los hoteles y alojamientos rurales, y mínimas caídas en apartamentos y acampamentos. Por el contrario, el grado de ocupación muestra una clara tendencia ascendente, casi 1,8 p.p. en los hoteles, 2,1 p.p. en los apartamentos, 0,9 p.p. en los rurales, y 1,3 p.p. en los acampamentos.

Los indicadores de oferta reflejan una mejor trayectoria en Andalucía que en España. En concreto, el número de establecimientos hoteleros abiertos en promedio de enero a septiembre asciende a 2.454 hoteles, lo que supone un aumento interanual de 27 establecimientos (1,1% en tasa), mientras que las plazas disponibles (256.209) se mantuvieron casi si cambios, registrando un crecimiento interanual del 0,1%. No obstante, el empleo refleja una trayectoria positiva contabilizando 31.139 ocupados, unos 733 empleos adicionales respecto del mismo período de 2013 (2,4% en tasa). Notable, por otro lado, puede considerarse el crecimiento interanual de la oferta de apartamentos y alojamientos rurales, y especialmente en lo que al empleo se refiere (16,9% y 11,6%, respectivamente). La única trayectoria descendente la reflejan los acampamentos, con caídas de los tres indicadores examinados.

Cuadro 1.10  
**Indicadores de oferta hotelera y extrahotelera en Andalucía**

	2012	2013	2014 <sup>(1)</sup>	Tasa de variación interanual en%	
				2013	2014 <sup>(2)</sup>
<b>Establecimientos hoteleros</b>					
Número de establecimientos	2.421	2.378	2.454	-1,77	1,11
Número de plazas	242.323	244.431	256.209	0,87	0,11
Personal empleado	31.095	29.384	31.139	-5,50	2,41
<b>Apartamentos Turísticos</b>					
Número de establecimientos	14.000	14.875	16.473	6,25	6,75
Número de plazas	54.689	58.005	64.953	6,06	7,56
Personal empleado	2.792	3.070	3.694	9,96	16,86
<b>Alojamientos Rurales</b>					
Número de establecimientos	1.415	1.458	1.544	3,08	6,02
Número de plazas	11.795	12.563	13.164	6,51	5,23
Personal empleado	2.007	2.003	2.224	-0,20	11,55
<b>Acampamentos (Camping)</b>					
Número de establecimientos	122	121	125	-0,41	-1,14
Número de parcelas	70.101	70.585	72.093	0,69	-1,77
Personal empleado	797	801	853	0,59	-0,99

<sup>(1)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(2)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, Apartamentos Turísticos, Alojamientos Rurales y Campings, INE

En definitiva, el contexto de la actividad turística de Almería, entre enero y septiembre de 2014, medido por los ámbitos superiores de referencia, Andalucía y España, muestra un impulso generalizado de la demanda turística, apoyado en la recuperación de la demanda de los nacionales y en el pulso creciente de la demanda extranjera. El resultado más notable de esta trayectoria se refleja en una clara mejora de las expectativas empresariales, como lo demuestran los incrementos en la oferta turística disponible en el período, y en un crecimiento del empleo de cierta consideración.

#### **1.4 Indicador Sintético de Actividad Turística: Evolución 2014 y perspectivas 2015**

Con objeto de intentar aglutinar en un único indicador la información que se desprende de las distintas variables analizadas en este informe, se ha optado por incluir en este análisis las estimaciones de un Indicador Sintético de Actividad Turística (ver anexo metodológico). El principal objetivo de este indicador es, por tanto, proporcionar una herramienta de síntesis para intentar describir la evolución de la coyuntura turística desde una perspectiva global, complementando el análisis realizado partiendo de los diversos indicadores de demanda y oferta. En concreto, este indicador trata de resolver o subsanar la inexistencia de información estadística relativa al agregado económico del VAB (Valor Añadido Bruto) del sector turístico. Se pretende así aproximar la trayectoria de la actividad turística en los ámbitos territoriales objeto de análisis, en este caso Andalucía y España, y en un epígrafe posterior la provincia de Almería y sus principales zonas de referencia.

No obstante, no hay que olvidar que el Indicador Sintético de Actividad Turística y el Valor Añadido Bruto no son estrictamente comparables, ya que difieren tanto en su concepto como en su método de estimación. Pese a ello, las tasas de variación que se obtienen a partir del Indicador Sintético se pueden utilizar como aproximación a la evolución de la actividad turística en un periodo concreto, aunque no deben ser consideradas como las tasas de crecimiento del sector en su sentido estricto, sino únicamente como tasas que reflejan el perfil de la actividad turística a lo largo de un periodo de referencia. Por otro lado, cabe recordar que a medida que se actualiza la información correspondiente a los indicadores parciales utilizados en el cálculo de este Indicador Sintético, o se revisa la información estadística publicada con anterioridad, la serie obtenida del Indicador puede mostrar variaciones, lo que afectaría a las tasas de variación calculadas a partir de dicho indicador.

Las estimaciones de *Analistas Económicos de Andalucía* permiten observar que, en los últimos años, la actividad turística ha mostrado un mejor comportamiento que el conjunto de la economía andaluza.

En concreto, el Indicador Sintético de Actividad Turística refleja crecimientos de la actividad entre 2010 y 2013 (exceptuando el año 2012, para el que se estima un leve descenso del 0,2%, coincidiendo con una caída de la demanda hotelera, debida a la contracción del componente nacional). Por el contrario, el Producto Interior Bruto (PIB) de Andalucía ha descendido ininterrumpidamente desde el año 2009, con especial intensidad en los años 2009 y 2012. De este modo, mientras que el PIB regional acumula una caída cercana al 8,5% desde el año 2008, la actividad turística habría mostrado solo un leve descenso del 0,2% debido, fundamentalmente, a la caída de la actividad en los años 2009 y 2008, aunque, como se ha señalado anteriormente, estas tasas no serían estrictamente comparables, si es cierto que permiten aproximar el mayor dinamismo de la actividad turística respecto a la economía andaluza en su conjunto.

**GRÁFICO 1.13**  
**Evolución del PIB y del Indicador Sintético de Actividad Turística en Andalucía**  
(Tasas de variación anual en %)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Contabilidad Regional de Andalucía, IECA.

Teniendo en cuenta la información disponible hasta septiembre, el Indicador Sintético de Actividad Turística estima un crecimiento del 2,7% en Andalucía, para el conjunto del año 2014, una tasa que, una vez más, superaría a la registrada por el conjunto de la economía andaluza, para la que *Analistas Económicos de Andalucía* prevé un crecimiento del PIB del 1,4%. También en España se aprecia este mejor comportamiento de la actividad turística, que según el Indicador Sintético podría crecer un 2,5% en 2014, frente al crecimiento previsto del PIB del 1,3%.

En cuanto a las perspectivas para 2015, las primeras estimaciones apuntan a un mantenimiento del crecimiento de la actividad, aunque habrá que esperar a contar con alguna información relativa a 2015 para ajustar estas previsiones. En concreto, el Indicador Sintético de Actividad Turística anticipa un crecimiento del 2,4% para el próximo año, tasa muy similar a la prevista para el conjunto de España, y que seguiría superando el crecimiento previsto para el conjunto de la economía andaluza (2% según *Analistas Económicos de Andalucía*).

**GRÁFICO 1.14**  
**Indicador Sintético de Actividad Turística en Andalucía y España**  
(Tasas de variación anual en %)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*.

---

## **Capítulo 2.** Análisis de la actividad turística en la provincia de Almería

---

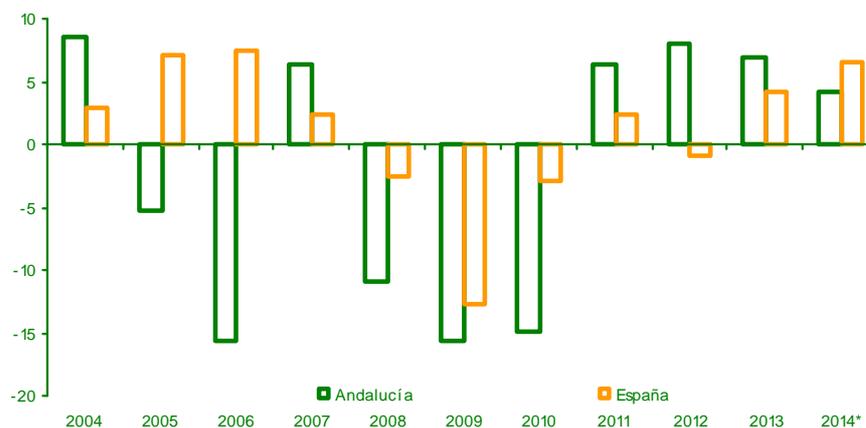
En este apartado se abordará el análisis del sector turístico almeriense, desde tres puntos de vista: la provincia en su conjunto, por zonas turísticas y por puntos turísticos. La información que permite acercarnos al fenómeno turístico en estos ámbitos, se encuentra recogida -tanto para el estudio de la demanda como de la oferta turística-, en las estadísticas coyunturales del INE (Encuestas de Ocupación Hotelera, de Alojamientos Rurales, Campings y Apartamentos Turísticos, según disponibilidad para cada ámbito). El estudio del perfil turístico en la provincia de Almería se ha efectuado con la información disponible al cierre de este documento, es decir, con datos hasta septiembre de 2014. Asimismo, también es relevante el análisis del mercado de trabajo del sector turístico para los tres ámbitos.

Para acercarnos al perfil de la demanda se analizarán, por un lado, los indicadores de viajeros y pernoctaciones de cada ámbito que, junto a las ratios de estancias medias, permiten estimar el pulso de la demanda turística. Por otro lado, el análisis de la oferta turística de cada uno de los ámbitos considerados, permite establecer el potencial turístico del mismo, factor determinante para poder valorar las posibilidades de contribución al desarrollo económico del turismo. En términos generales, los indicadores que nos acercan a la oferta hotelera y extrahotelera son tres: los establecimientos abiertos estimados, el número de plazas y el personal ocupado en cada una de las tipologías de establecimientos sujetos a análisis.

## 2.1 El sector turístico en la provincia de Almería.

Antes de comenzar con el análisis de las encuestas coyunturales del INE, resulta de interés una breve referencia a la **Encuesta de Coyuntura Turística** del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Así, y con información hasta el tercer trimestre de 2014, el número de turistas en la provincia de Almería ascendió a 1,7 millones, el 8,9% del total de turistas estimados en Andalucía. Esta cuantía supone un aumento relativo del 4,3% respecto al mismo periodo del año anterior, 2,2 p.p. menos respecto al aumento registrado en Andalucía (6,5%). En lo que concierne a la estancia media de todos los turistas en Almería (en establecimientos reglados o no), ésta se ha estimado en 9,2 días hasta septiembre, similar a la registrada en el mismo intervalo de 2013 (9,3 días) y superior a la del conjunto de Andalucía (8,9 días). Por su parte, el gasto medio diario por turista en la provincia almeriense ha sido de 49,8 euros en los tres primeros meses de 2014, un 11,9% más en términos interanuales (60,2 euros en el conjunto de Andalucía).

**GRÁFICO 2.1**  
**Evolución de los turistas**  
(Tasas de variación interanual en %)



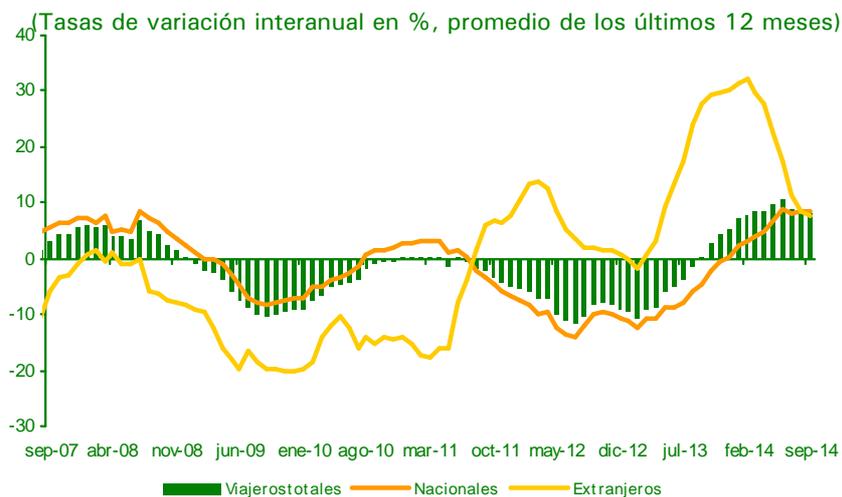
\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Coyuntura Turística, IECA.

La actividad hotelera en la provincia almeriense, disponible a través de la **Encuesta de Ocupación Hotelera**, y con información hasta el mes de septiembre de 2014, revela que los viajeros alojados en establecimientos hoteleros ascendieron a 986.290 en la provincia (el 7,9% del total de viajeros estimados en el conjunto regional), con un mayor peso de los residentes en España (80,7%) que de los extranjeros (19,3%). Esta cuantía supone un incremento del 8% respecto al mismo periodo de 2013, superior a las tasa registradas en Andalucía y España (3,6% y 4,4%, respectivamente). El aumento de la demanda en la provincia se ha debido al incremento tanto de los viajeros residentes en el extranjero (7,1%), como al de los residentes en España, que han aumentado un 8,2% en 2014, reflejando la recuperación de este segmento frente a lo observado en 2013 (-0,6%).

GRÁFICO 2.2

**Evolución del número de viajeros en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería**

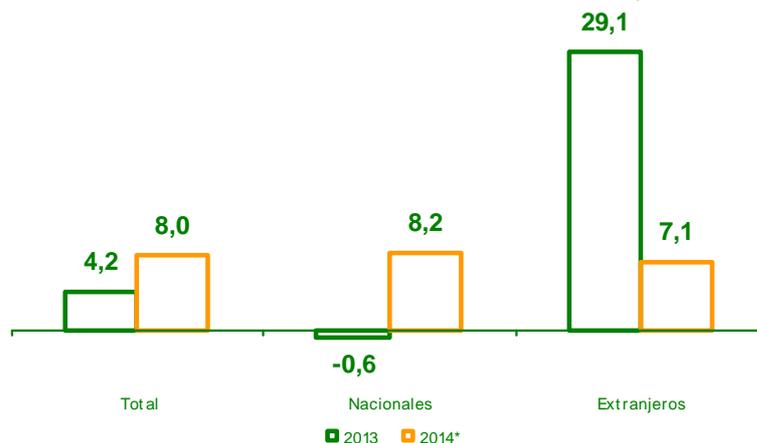


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.3

**Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería según su procedencia**

(Tasas de variación interanual en porcentajes)



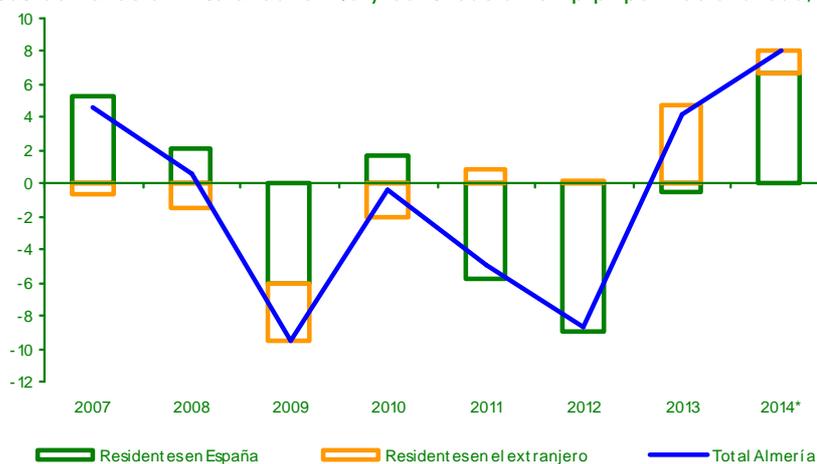
\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.4

**Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería según su procedencia**

(Tasas de variación interanual en % y contribución en p.p. por nacionalidad)



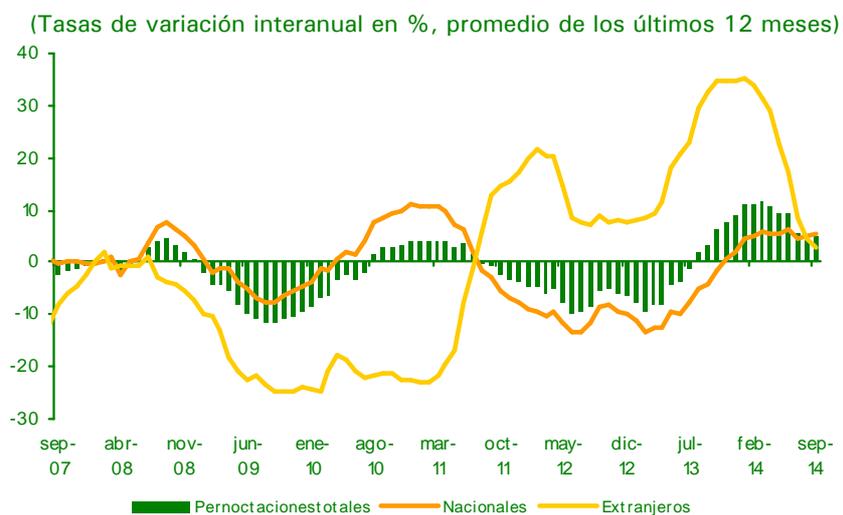
\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

En lo que respecta a las pernoctaciones, éstas han superado los 4,1 millones en la provincia entre enero y septiembre de 2014 (11,1% sobre el total de Andalucía), lo que supone un incremento del 4,2% en términos interanuales (4,1% y 2,9%, en Andalucía y España, respectivamente). Atendiendo a la procedencia de los viajeros, se observa una recuperación de la demanda nacional, en tanto que sus pernoctaciones (74,8% sobre las pernoctaciones totales) han aumentado un 5% en los nueve meses disponibles de 2014, frente al 0,3% registrado en el conjunto de 2013. Por su parte, las pernoctaciones de extranjeros han aumentado un 2,1%, moderándose notablemente el ritmo de crecimiento, ya que en 2013 registró una tasa superior al 30%.

GRÁFICO 2.5

**Evolución del número de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería**

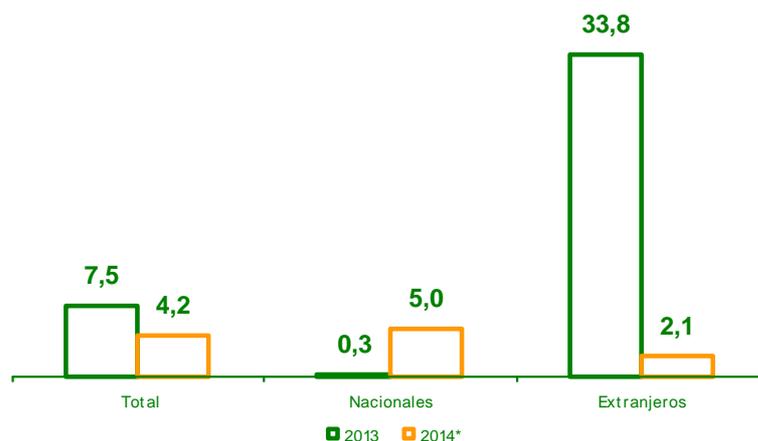


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

GRÁFICO 2.6

**Evolución del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería según su procedencia**

(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

La estancia media, que mide la relación entre las pernoctaciones y los viajeros, ha sido de 4,17 días en promedio hasta el mes de septiembre, superior a la estancia media estimada para Andalucía (2,98 días)

y para España (3,44 días). En términos interanuales, la estancia media en la provincia se ha reducido en 0,15 días.

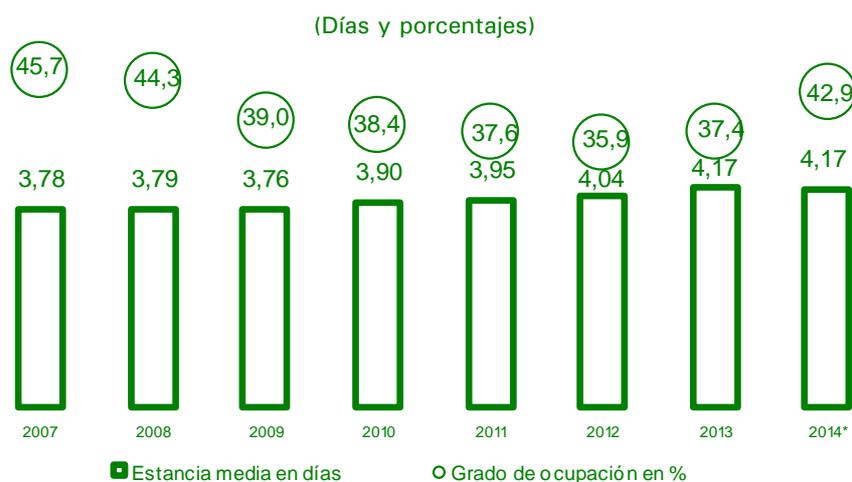
**Cuadro 2.1**  
**Indicadores de demanda y oferta hotelera en la provincia de Almería**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
Total viajeros	1.015.063	1.057.691	986.290	4,20	8,01
Residentes en España	851.973	847.077	795.474	-0,57	8,22
Residentes en el extranjero	163.090	210.616	190.815	29,14	7,15
Total pernoctaciones	4.105.708	4.413.893	4.108.126	7,51	4,23
Residentes en España	3.223.085	3.232.897	3.072.397	0,30	4,98
Residentes en el extranjero	882.623	1.180.995	1.035.727	33,81	2,06
Estancia media	4,04	4,17	4,17	0,13	-0,15
Número de establecimientos	177	172	190	-2,55	5,88
Número de plazas	28.023	28.311	31.118	1,03	-0,26
Personal empleado	2.366	2.446	2.872	3,38	4,33
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(1)</sup>	35,93	37,39	42,86	1,46	1,44

<sup>(1)</sup>Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales. <sup>(2)</sup>Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup>Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

**GRÁFICO 2.7**  
**Evolución anual de la estancia media y el grado de ocupación en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería**



\* Los datos corresponden al promedio enero-septiembre.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Desde el punto de vista de la oferta hotelera, en la provincia almeriense se han estimado 190 establecimientos hoteleros en el promedio enero-septiembre de 2014 (7,7% del total de establecimientos en el conjunto andaluz). De este modo, los establecimientos han aumentado un 5,9% respecto al mismo periodo del año anterior, cuando se produjo un descenso del 2,5% respecto a 2012. Este aumento ha sido superior al registrado en Andalucía (1,1%), mientras que en el conjunto de España han descendido un 0,4% en términos interanuales. Asimismo, el personal ocupado en establecimientos hoteleros, que ha ascendido a 2.872 ocupados en el promedio enero-septiembre de 2014, ha aumentado un 4,3% respecto del mismo periodo de 2013. Por el contrario, la evolución de las plazas hoteleras no refleja esta favorable trayectoria de la oferta, ya que han descendido un -0,3% en los nueve primeros meses de 2014, con un promedio de 31.118 plazas estimadas.

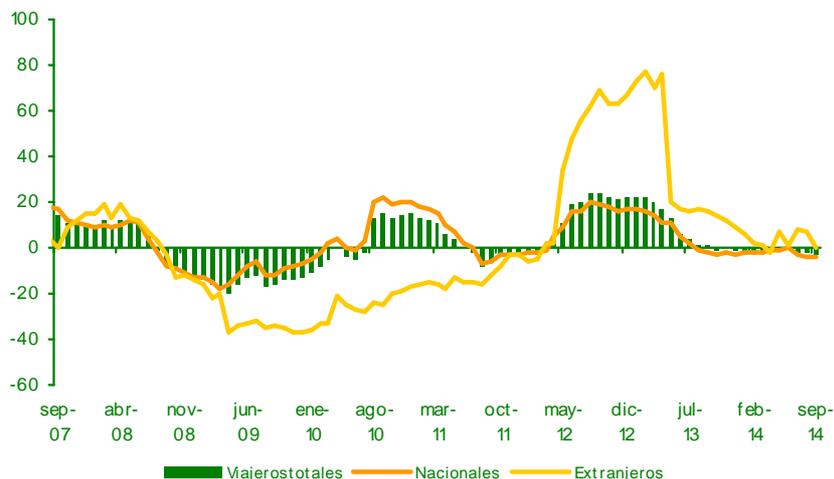
Por su parte, el grado de ocupación hotelera (que mide la relación entre las pernoctaciones y las plazas hoteleras estimadas) se ha situado en el 42,9% en la provincia de Almería, entre enero y septiembre, 1,44 p.p. por encima del grado estimado en 2013, debido a la mejor evolución de la demanda hotelera respecto a la oferta. No obstante, dicho grado de ocupación ha sido inferior al registrado en Andalucía y España (49,6 y 54,9%, respectivamente).

Entre los establecimientos extrahoteleros se aborda, en primer lugar, la **Encuesta de Ocupación en Apartamentos**, el segundo alojamiento en importancia en lo que a demanda se refiere. Así, entre enero y septiembre de 2014 el número de viajeros alojados en apartamentos ubicados en la provincia de Almería ascendió a 123.111 personas, el 9,3% sobre la demanda de apartamentos en Andalucía, lo que supone un descenso del 2,6%, respecto al mismo periodo del año anterior, frente al aumento registrado en Andalucía y España (17,4 y 4,6%, respectivamente). El 86,3% del total de viajeros alojados en apartamentos en la provincia eran residentes en España, observándose un descenso del 2,9% en términos interanuales, mientras que los extranjeros, el 13,7% restante, han registrado un descenso más moderado (-0,3%) tras haber aumentado en 2013 un 9,4%.

GRÁFICO 2.8

**Evolución del número de viajeros en apartamentos de la provincia de Almería**

(Tasas de variación interanual en %, promedio de los últimos 12 meses)

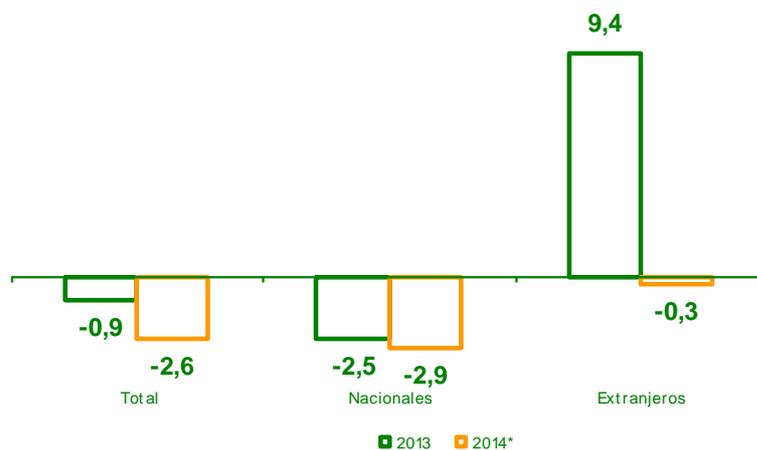


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

GRÁFICO 2.9

**Evolución del número de viajeros alojados en apartamentos de la provincia de Almería según su procedencia**

(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

Por su parte, las pernoctaciones en apartamentos turísticos han ascendido a 642.797 entre enero y septiembre de 2014, permaneciendo prácticamente estables respecto a los nueve primeros meses de 2013, si bien en el conjunto de Andalucía han aumentado un 13,5% (3,4% en el caso de España). Cabe mencionar, que las pernoctaciones de extranjeros, tras haber aumentado un 16,8% en 2013, han

registrado un leve descenso del 0,3% en lo que va de año, mientras que las de residentes en España han aumentado un 0,1%. La estancia media, calculada como el cociente entre pernoctaciones y viajeros, se ha situado en 5,2 días en el promedio enero-septiembre, 0,1 días en términos interanuales.

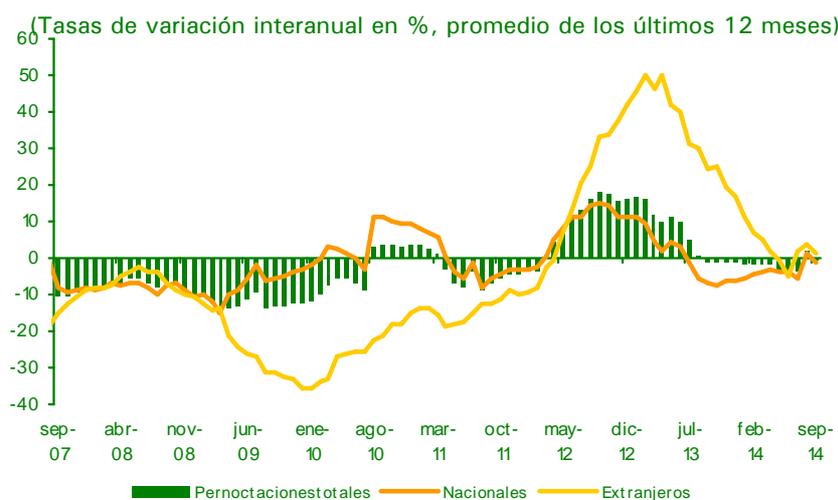
**Cuadro 2.2**  
**Indicadores de demanda y oferta de apartamentos turísticos en la provincia de Almería**

	Tasas de variación interanual en %				
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
Total viajeros	137.663	136.412	123.111	-0,91	-2,56
Residentes en España	118.849	115.828	106.243	-2,54	-2,91
Residentes en el extranjero	18.814	20.584	16.868	9,41	-0,29
Total pernoctaciones	704.118	693.644	642.797	-1,49	-0,02
Residentes en España	559.622	524.944	506.918	-6,20	0,06
Residentes en el extranjero	144.496	168.700	135.879	16,75	-0,29
Estancia media	5,1	5,1	5,2	-0,03	0,13
Número de establecimientos	1.673	1.777	1.941	6,16	0,04
Número de plazas	7.091	7.591	8.367	7,06	-0,33
Personal empleado	173	178	231	3,08	9,42
Grado de ocupación hotelera en % <sup>(1)</sup>	36,59	32,58	35,79	-4,01	-2,08

<sup>(1)</sup>Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales. <sup>(2)</sup>Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup>Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

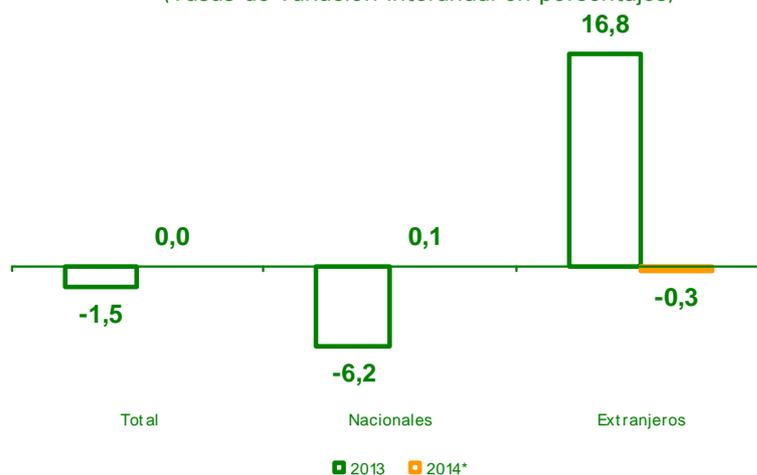
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE

**GRÁFICO 2.10**  
**Evolución del número de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería**



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**GRÁFICO 2.11**  
**Evolución del número de pernoctaciones en apartamentos de la provincia de Almería según su procedencia**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



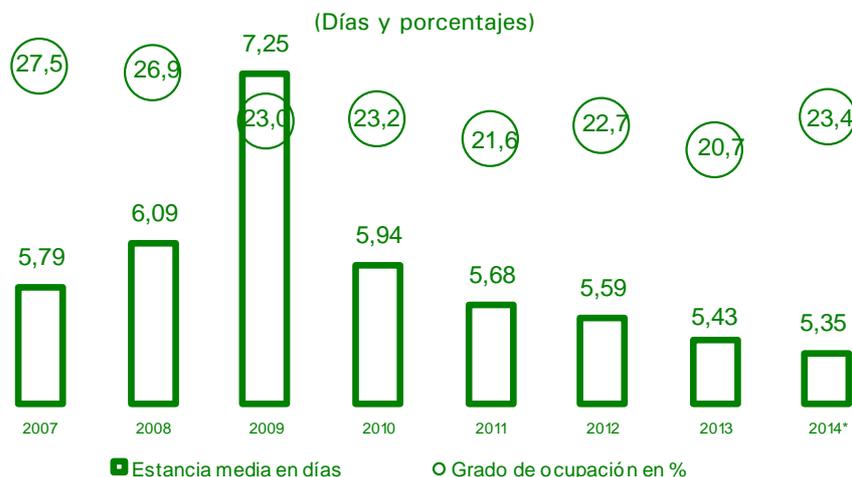
\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

Desde el punto de vista de la oferta, el número de apartamentos en la provincia de Almería se ha mantenido estable, con 1.941 apartamentos en promedio de enero a septiembre de 2014. El número de plazas (8.367) han descendido levemente, con una tasa interanual del -0,3%. De este modo, el grado de ocupación por plaza, que ha ascendido a 35,79% en 2014, ha caído 2,1 p.p. respecto a 2013. Por el contrario, el personal empleado en apartamentos turísticos (231 empleados entre enero y septiembre de 2014) ha evolucionado favorablemente en el último año, aumentado un 9,4%, respecto al mismo periodo del año anterior.

GRÁFICO 2.12

**Evolución anual de la estancia media y el grado de ocupación en apartamentos de la provincia de Almería**



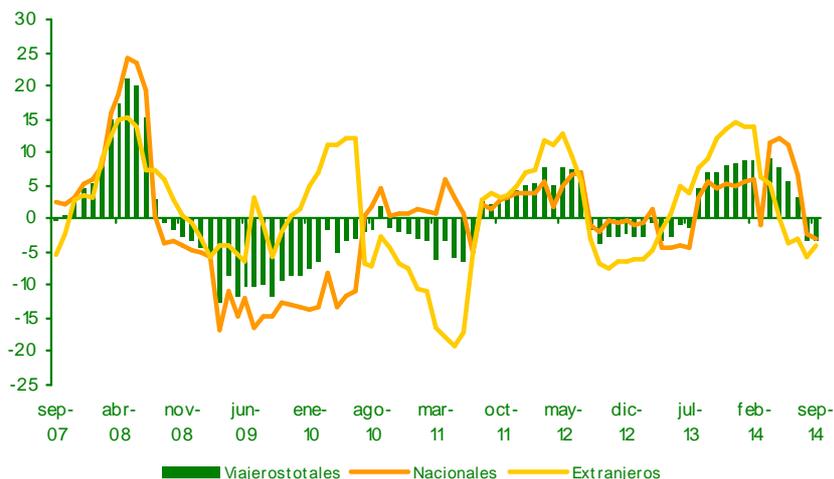
\* Los datos corresponden al promedio enero-septiembre.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

Continuando con la **Encuesta de Ocupación en Campings**, en la provincia de Almería se han registrado 67.567 viajeros alojados en esta tipología de alojamiento entre enero y septiembre de 2014. Al igual que en el caso de los apartamentos, este tipo de demanda ha disminuido en la provincia un 6,3%, tras el aumento registrado en 2013 (8,2%), mientras que en Andalucía y España se ha estimado un aumento del 4,2%, respectivamente. El 68,7% de estos viajeros eran españoles (46.436), y se han reducido un 4,4% respecto al mismo periodo del año anterior, siendo más acusada la caída de la demanda extranjera (-10,2%). En cambio, las pernoctaciones de extranjeros han aumentado entre enero y septiembre un 0,5% en términos interanuales, frente al descenso de las de residentes en España (-4,6%). La estancia media en camping ha ascendido a 5,4 días (0,22 días por encima de la estancia media estimada en 2013).

GRÁFICO 2.13

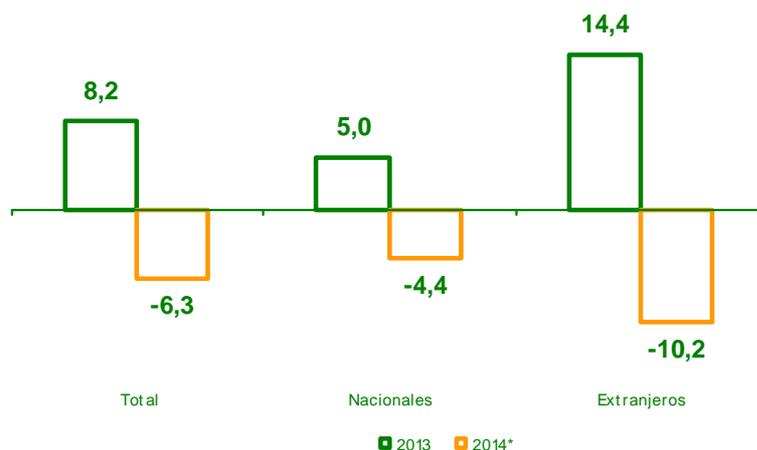
**Evolución del número de viajeros en campings de la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en %, promedio de los últimos 12 meses)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

GRÁFICO 2.14

**Evolución del número de viajeros alojados en campings de la provincia de Almería según su procedencia**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



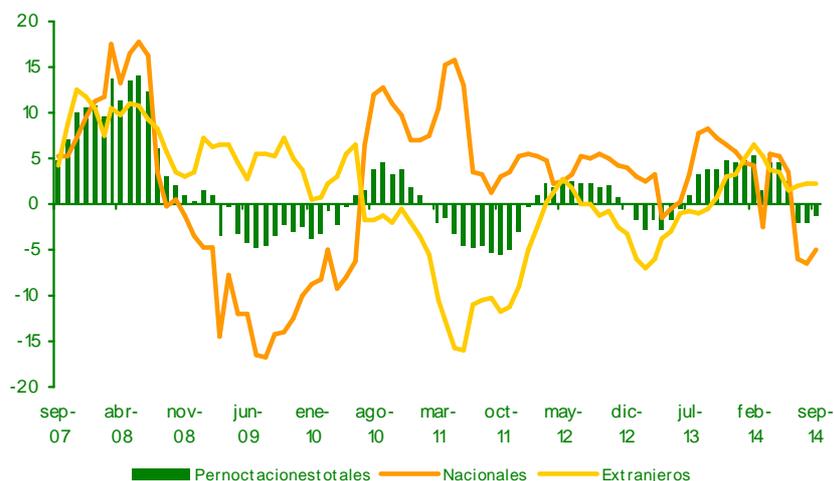
\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

GRÁFICO 2.15

**Evolución del número de las pernoctaciones en campings de la provincia de Almería**

(Tasas de variación interanual en %, promedio de los últimos 12 meses)

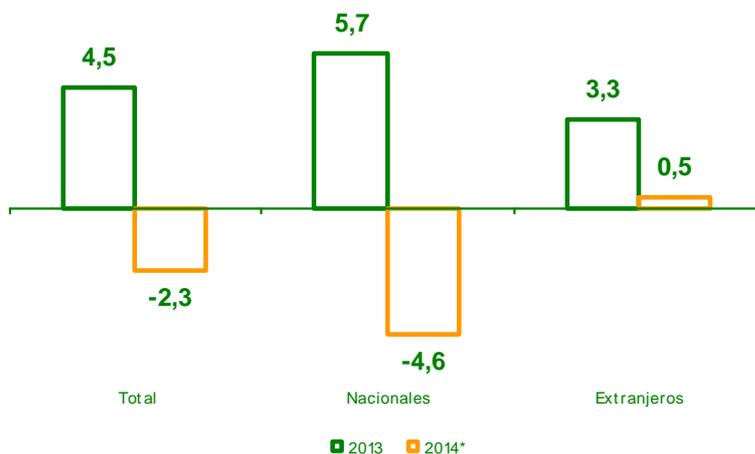


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

GRÁFICO 2.16

**Evolución del número de pernoctaciones en campings de la provincia de Almería según su procedencia**

(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

En lo que a oferta de este segmento se refiere, en la provincia de Almería se han estimado en torno a 19 campings en el promedio del periodo enero-septiembre de 2014, permaneciendo estable respecto a los dos años anteriores. En cambio, tanto las parcelas como el número de empleados han descendido

un 3,8% y 4,4%, respectivamente, respecto al mismo periodo de 2013. Por su parte, el grado de ocupación por parcela en 2014 se ha situado en el 27,1%, 1,2 p.p. superior al ratio estimado en los nueve primeros meses de 2013.

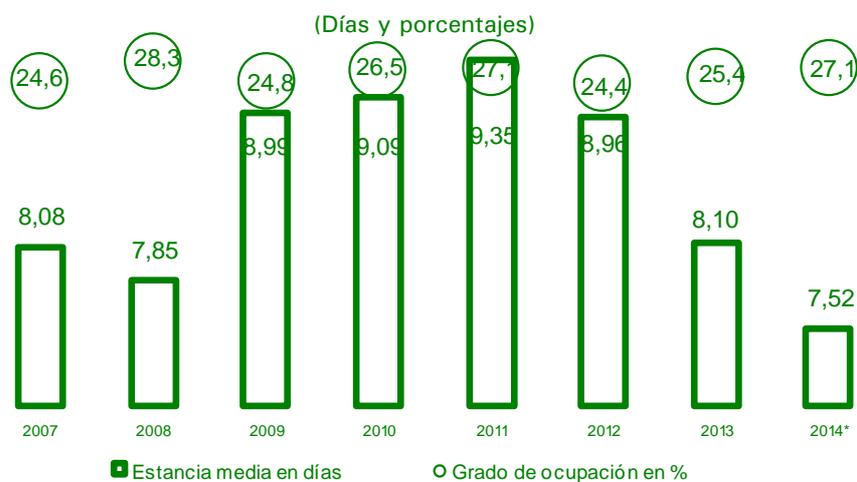
**Cuadro 2.3**  
**Indicadores de demanda y oferta de campings en la provincia de Almería**

	Tasas de variación interanual en %				
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
Total viajeros	75.636	81.825	67.547	8,18	-6,27
Residentes en España	49.923	52.418	46.436	5,00	-4,37
Residentes en el extranjero	25.713	29.407	21.111	14,37	-10,20
Total pernотaciones	444.721	464.741	364.513	4,50	-2,26
Residentes en España	215.982	228.357	194.048	5,73	-4,56
Residentes en el extranjero	228.739	236.384	170.465	3,34	0,49
Estancia media	5,9	5,7	5,4	-0,20	0,22
Número de establecimientos	19	19	19	--	--
Número de parcelas	2.624	2.638	2.587	0,51	-3,83
Personal empleado	105	107	105	2,39	-4,44
Grado de ocupación por parcela en % <sup>(1)</sup>	24,40	25,43	27,07	1,02	1,24

<sup>(1)</sup>Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales. <sup>(2)</sup>Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup>Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE

**GRÁFICO 2.17**  
**Evolución anual de la estancia media y el grado de ocupación en campings de la provincia de Almería**



\* Los datos corresponden al promedio enero-septiembre.

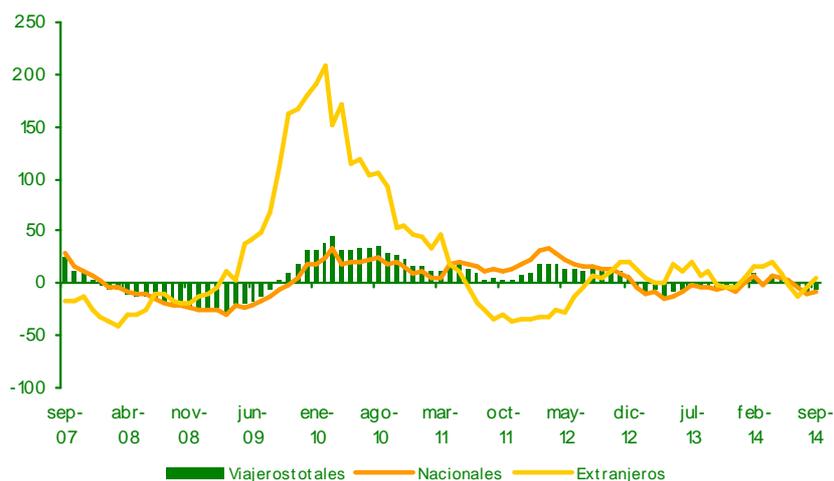
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

Por último, la cuarta encuesta aportada por el INE es la **Encuesta de Ocupación en Alojamientos Rurales**. En 2014, y con información disponible hasta el mes de septiembre, el número de viajeros alojados en estos establecimientos se situó en 7.161, un 2,0% menos respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que en Andalucía y España han aumentado un 8,1 y 12,1%, respectivamente. Este descenso de los viajeros en la provincia se ha debido a la negativa trayectoria de la demanda nacional (81,1% sobre el total de viajeros), que han registrado un descenso del 5%, frente al aumento de extranjeros (13,3%).

GRÁFICO 2.18

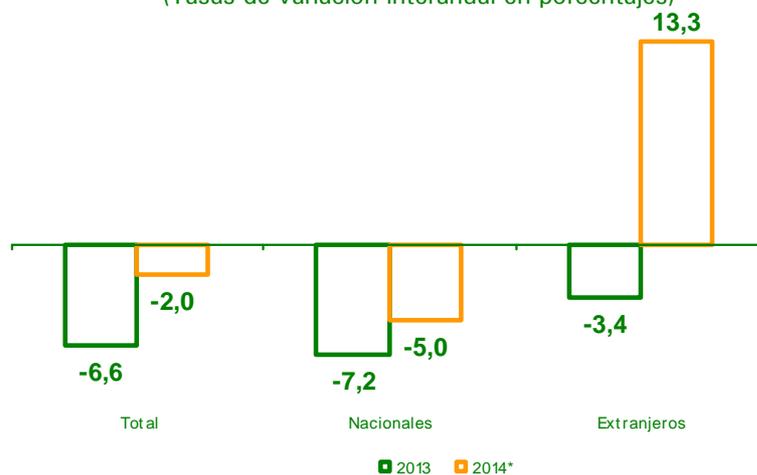
**Evolución del número de viajeros en alojamientos rurales de la provincia de Almería**

(Tasas de variación interanual en %, promedio de los últimos 12 meses)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Rurales, INE.

**GRÁFICO 2.19**  
**Evolución del número de viajeros alojados en alojamientos rurales de la provincia de Almería según su procedencia**  
 (Tasas de variación interanual en porcentajes)



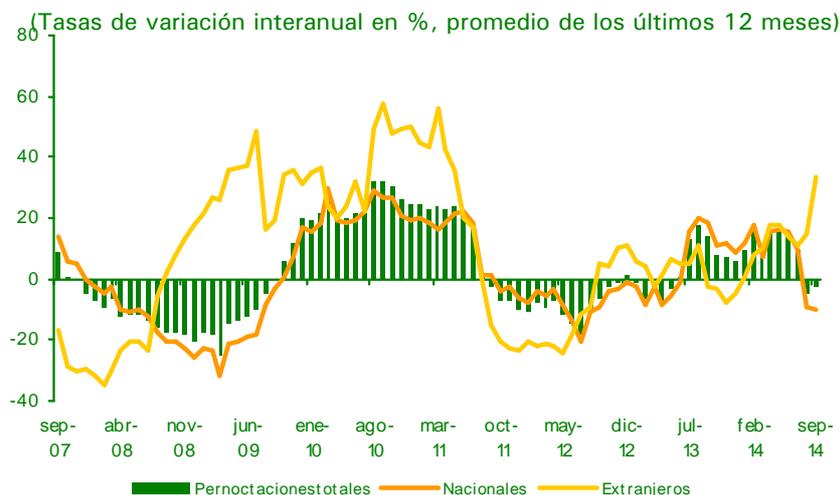
\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Rurales, INE.

No obstante, las pernoctaciones (26.342 en la provincia almeriense) sí han aumentado en 2014, con una tasa relativa del 1,7% debido a la favorable trayectoria de la demanda extranjera, cuyas pernoctaciones han crecido un 41,4%, mientras que las de españoles han caído un 8,0% en lo que va de año. La estancia media en alojamientos rurales ha sido inferior a la registrada en apartamentos y campings, con 3,7 días estimados entre los nueve primeros meses de 2014 (0,1 p.p. superior a la estancia estimada en 2013).

GRÁFICO 2.20

**Evolución del número de las pernoctaciones en alojamientos rurales de la provincia de Almería**

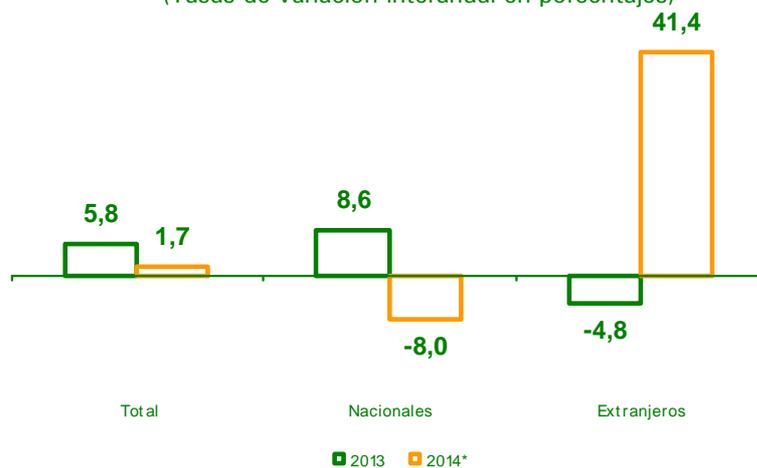


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Rurales, INE.

GRÁFICO 2.21

**Evolución del número de pernoctaciones en alojamientos rurales de la provincia de Almería según su procedencia**

(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\*La tasa de 2014 corresponde al periodo enero-septiembre de cada año.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Rurales, INE.

Desde la óptica de la oferta, en la provincia de Almería se han estimado 73 establecimientos dedicados a turismo rural, un 3,6% más respecto al periodo enero-septiembre de 2013 (6,0% en el conjunto de

Andalucía), mientras que las plazas disponibles estimadas (654), se han reducido un 7,7% en términos interanuales. En cambio, el personal ocupado en estos establecimientos se ha estimado en 121 personas, un 10,7% más respecto al periodo enero-septiembre de 2013, frente a la trayectoria observada en 2013, donde el personal ocupado disminuyó un 1,4%, y las plazas estimadas aumentaron un 5,3% en términos interanuales.

**Cuadro 2.4**  
**Indicadores de demanda y oferta de alojamientos rurales en la provincia de Almería**

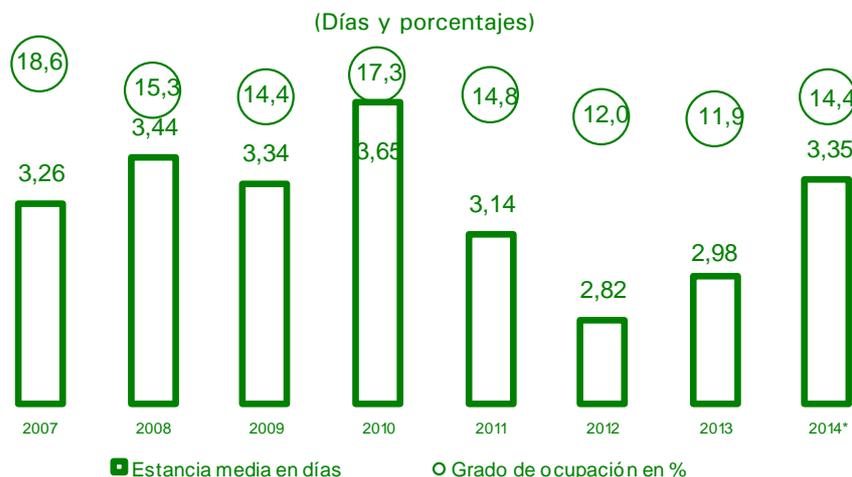
	Tasas de variación interanual en %				
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
Total viajeros	10.204	9.528	7.161	-6,62	-2,0
<i>Residentes en España</i>	8.754	8.127	5.805	-7,16	-5,0
<i>Residentes en el extranjero</i>	1.450	1.401	1.356	-3,38	13,3
Total pernотaciones	29.743	31.462	26.342	5,78	1,7
<i>Residentes en España</i>	23.572	25.589	19.158	8,56	-8,0
<i>Residentes en el extranjero</i>	6.171	5.873	7.184	-4,83	41,4
Estancia media	2,91	3,30	3,68	0,39	0,1
Número de establecimientos	70	71	73	1,19	3,6
Número de plazas	664	699	654	5,30	-7,7
Personal empleado	111	110	121	-1,42	10,7
Grado de ocupación por apartamento % <sup>(1)</sup>	11,96	11,88	14,38	-0,09	1,6

<sup>(1)</sup>Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales. <sup>(2)</sup>Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup>Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural, INE

GRÁFICO 2.22

**Evolución anual de la estancia media y el grado de ocupación en alojamientos rurales de la provincia de Almería**



\* Los datos corresponden al promedio enero-septiembre.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Rurales, INE.

## 2.2. El sector turístico en la esfera provincial: análisis por zonas turísticas

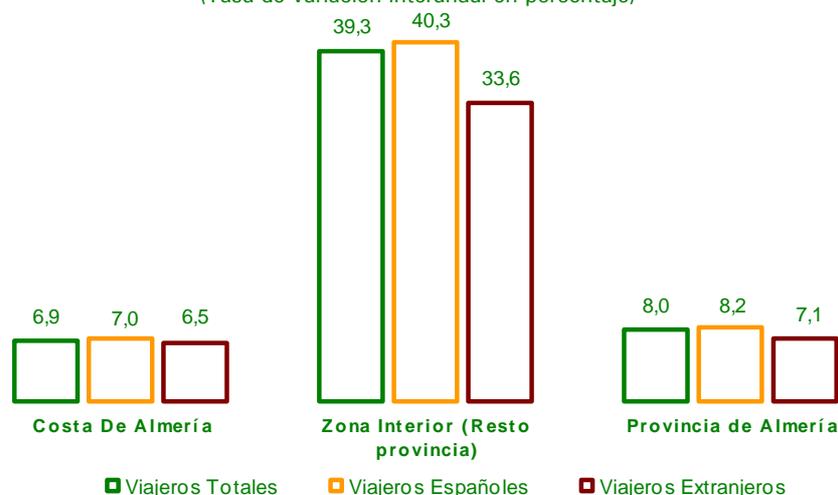
En la provincia de Almería se observan dos zonas turísticas claramente diferenciadas: la **Zona de la Costa** y la **Zona del Interior**. Según la metodología del INE, la Costa de Almería la componen 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería y Garrucha. Mientras que la Zona Interior, formada por el resto de municipios almerienses, se ha calculado como diferencia entre el total provincial y la Costa. En el siguiente apartado se analizarán la Encuesta de Ocupación Hotelera, de Apartamentos y Campings, ya que para el ámbito de la Zona de la Costa el turismo rural no es relevante, de hecho podría decirse que es inexistente y que correspondería, prácticamente en su totalidad, al turismo considerado de interior.

Así, y comenzando por la **Encuesta de Ocupación Hotelera**, el 95,7% del total de viajeros en la provincia, se alojaron en establecimientos hoteleros de la Zona de la Costa. Entre enero y septiembre de 2014, el número de viajeros ascendió a 943.917 en el conjunto de municipios costeros detallados anteriormente, un 6,9% más respecto al mismo periodo de 2013. El 80,4% de estos viajeros eran de

procedencia española, y han aumentado un 7% en términos interanuales, mostrando una mejora de la demanda nacional, ya que en 2013 cayeron un 0,3%. Por su parte, los viajeros residentes en el extranjero (19,6% del total de viajeros alojados en la Zona de la Costa), han aumentado un 6,5%, moderándose el ritmo de crecimiento respecto a la tasa registrada en el conjunto de 2013 (en torno al 30%). Las pernoctaciones en la Costa casi han alcanzado los 4 millones en los nueve primeros meses de 2014, lo que supone un incremento del 3,5% respecto al mismo periodo de 2013, debido a la favorable trayectoria, tanto de las pernoctaciones de extranjeros como de residentes en España, ya que ambas se han incrementado, con tasas del 2,0% y el 4,1%, respectivamente.

En lo que respecta a la Zona del Interior, ésta atrae el 4,3% de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia, con 42.743 viajeros entre enero y septiembre de 2014, un 39,3% más en términos interanuales, lo que demuestra una favorable evolución tras la caída registrada en 2013 (-5,2%). Tanto los viajeros nacionales como los extranjeros se han incrementado, con tasas por encima del 30%. De igual forma, las pernoctaciones han crecido en 2014 un 29,9% (-7,2% en 2013), mejorando notablemente las de los viajeros españoles, con un aumento del 32,8% entre enero y septiembre de 2014, mientras que en 2013 se contrajeron un 11,2%. Las pernoctaciones de extranjeros, aunque con signo positivo (9,3%), han moderado el ritmo de aumento respecto al registrado en 2013 (26,6%).

**GRÁFICO 2.23**  
**Evolución de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería en 2014\***  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\*Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

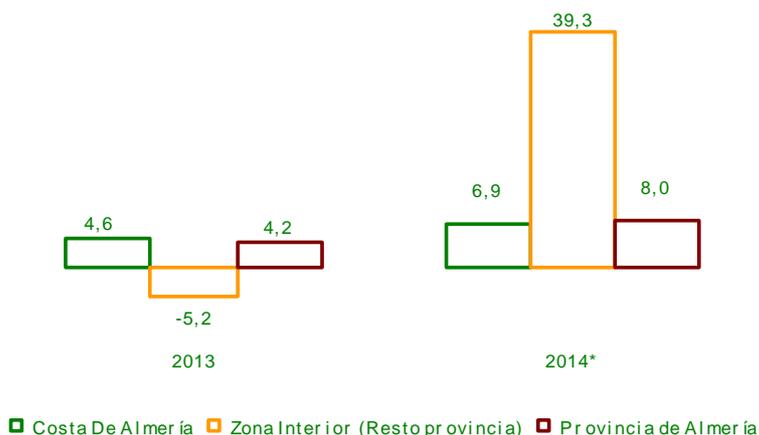
**Cuadro 2.5**  
**Indicadores de demanda hotelera por zonas turísticas. Viajeros.**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Viajeros Totales</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	972.672	1.017.506	943.817	4,6	6,9
Zona Interior (Resto provincia)	42.391	40.185	42.473	-5,2	39,3
<b>Provincia de Almería</b>	<b>1.015.063</b>	<b>1.057.691</b>	<b>986.290</b>	<b>4,2</b>	<b>8,0</b>
<b>Viajeros Españoles</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	815.622	813.483	759.109	-0,3	7,0
Zona Interior (Resto provincia)	36.351	33.594	36.365	-7,6	40,3
<b>Provincia de Almería</b>	<b>851.973</b>	<b>847.077</b>	<b>795.474</b>	<b>-0,6</b>	<b>8,2</b>
<b>Viajeros Extranjeros</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	157.050	204.023	184.708	29,9	6,5
Zona Interior (Resto provincia)	6.040	6.593	6.107	9,2	33,6
<b>Provincia de Almería</b>	<b>163.090</b>	<b>210.616</b>	<b>190.815</b>	<b>29,1</b>	<b>7,1</b>

Nota: <sup>(1)</sup> Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

**GRÁFICO 2.24**  
**Comparativa de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

**GRÁFICO 2.25**  
**Cuota de mercado del alojamiento hotelero por zonas turísticas**  
(% de viajeros alojados en establecimientos hoteleros por zonas turísticas)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

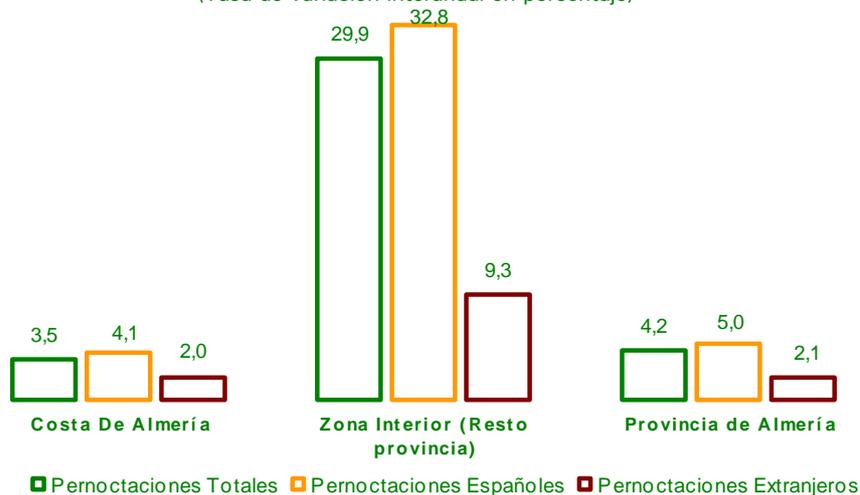
**Cuadro 2.6**  
**Indicadores de demanda hotelera por zonas turísticas. Pernoctaciones.**

	Tasas de variación interanual en %				
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Pernoctaciones Totales</b>					
Costa de Almería (1)	3.959.510	4.278.210	3.971.949	8,0	3,5
Zona Interior (Resto provincia)	146.198	135.683	136.177	-7,2	29,9
<b>Provincia de Almería</b>	<b>4.105.708</b>	<b>4.413.893</b>	<b>4.108.126</b>	<b>7,5</b>	<b>4,2</b>
<b>Pernoctaciones Españoles</b>					
Costa de Almería (1)	3.092.431	3.116.896	2.950.314	0,8	4,1
Zona Interior (Resto provincia)	130.654	116.001	122.083	-11,2	32,8
<b>Provincia de Almería</b>	<b>3.223.085</b>	<b>3.232.897</b>	<b>3.072.397</b>	<b>0,3</b>	<b>5,0</b>
<b>Pernoctaciones Extranjeros</b>					
Costa de Almería (1)	867.079	1.161.314	1.021.635	33,9	2,0
Zona Interior (Resto provincia)	15.544	19.681	14.092	26,6	9,3
<b>Provincia de Almería</b>	<b>882.623</b>	<b>1.180.995</b>	<b>1.035.727</b>	<b>33,8</b>	<b>2,1</b>

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

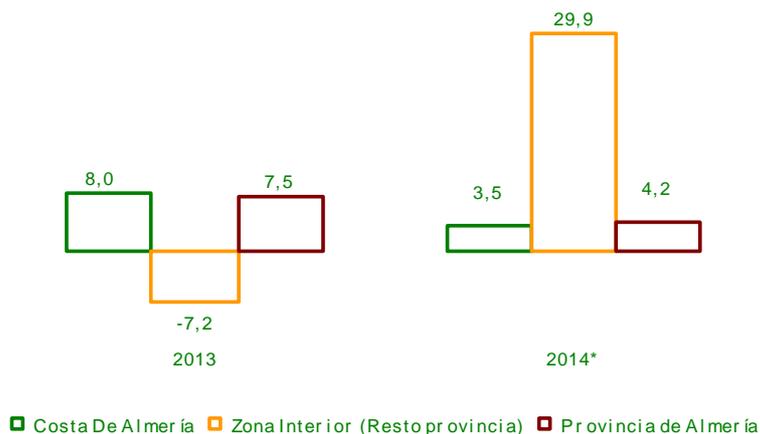
**GRÁFICO 2.26**  
**Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros**  
**de la provincia de Almería en 2014\***  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

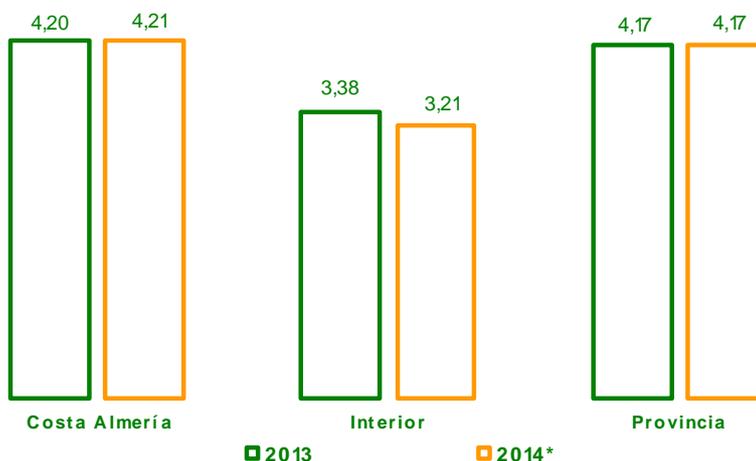
**GRÁFICO 2.27**  
**Comparativa por zonas de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros**  
**en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

**GRÁFICO 2.28**  
**Estancia media por zonas de la provincia de Almería**  
(Días)



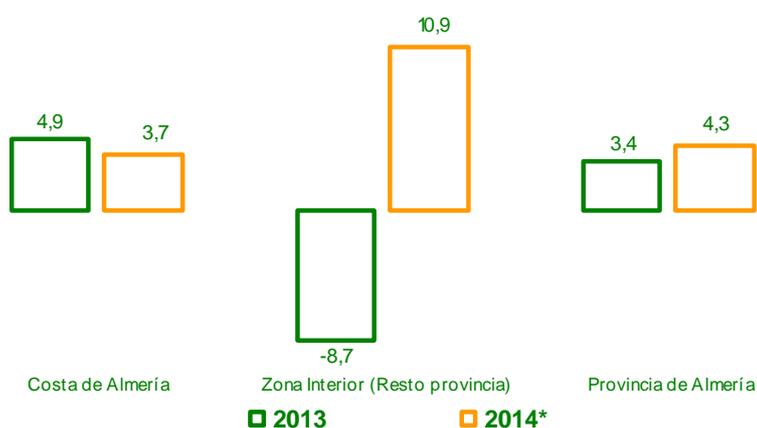
\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Respecto a los indicadores de oferta, en la Costa de Almería se ha observado una contracción del número de plazas hoteleras entre enero y septiembre (-0,9%), mientras que el número de establecimientos se ha mantenido prácticamente estable respecto al mismo periodo de 2013, con 149 establecimientos estimados. Por el contrario, el personal ocupado en los establecimientos ubicados en la Costa se ha incrementado un 3,7%, hasta los 2.607 empleados.

Mejor ha sido la trayectoria de la oferta hotelera en los municipios del interior de la provincia, pese a su menor importancia relativa. Así, tanto el número de establecimientos como de plazas hoteleras se ha incrementado un 33,6% y un 9,0%, respectivamente. Igualmente, el personal ocupado ha registrado un aumento del 10,9%, superior al aumento registrado por este indicador en el conjunto de la provincia (4,3%).

**GRÁFICO 2.29**  
**Personal ocupado en establecimientos hoteleros por zonas**  
**de la provincia de Almería**  
(tasas de variación interanual en porcentajes)

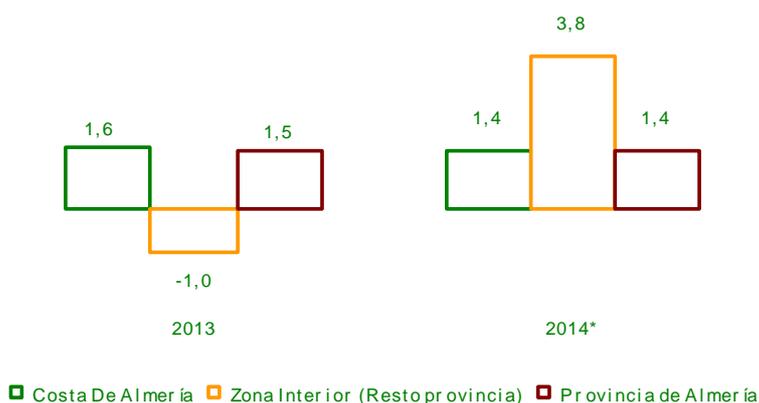


\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

En cuanto al grado de ocupación hotelera, ha sido mayor en la zona de la Costa que en el interior de la provincia en el promedio enero-septiembre de 2014 (44,3% y 23,0%, respectivamente), si bien en la zona del interior se ha producido un incremento relativo más acusado respecto al mismo periodo de 2013, con 3,8 p.p. más en términos interanuales (1,4 p.p. en el caso de la Costa).

**GRÁFICO 2.30**  
**Comparativa por zonas del grado de ocupación hotelera**  
**en la provincia de Almería**  
(Diferencias en puntos porcentuales)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

**Cuadro 2.7**  
**Indicadores de oferta hotelera por zonas turísticas de Almería**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Número de establecimientos</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	141	140	149	-0,5	0,1
Zona Interior( Resto provincia)	36	32	42	-10,8	33,6
Provincia de Almería	177	172	190	-2,5	5,9
<b>Plazas estimadas</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	26.119	26.466	29.072	1,3	-0,9
Zona Interior( Resto provincia)	1.904	1.846	2.046	-3,1	9,0
Provincia de Almería	28.023	28.311	31.118	1,0	-0,3
<b>Personal ocupado</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	2.104	2.207	2.607	4,9	3,7
Zona Interior( Resto provincia)	262	239	266	-8,7	10,9
Provincia de Almería	2.366	2.446	2.872	3,4	4,3
<b>Grado de ocupación por plazas <sup>(4)</sup></b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	37,0	38,6	44,3	1,6	1,4
Zona Interior( Resto provincia)	20,2	19,2	23,0	-1,0	3,8
Provincia de Almería	35,9	37,4	42,9	1,5	1,4

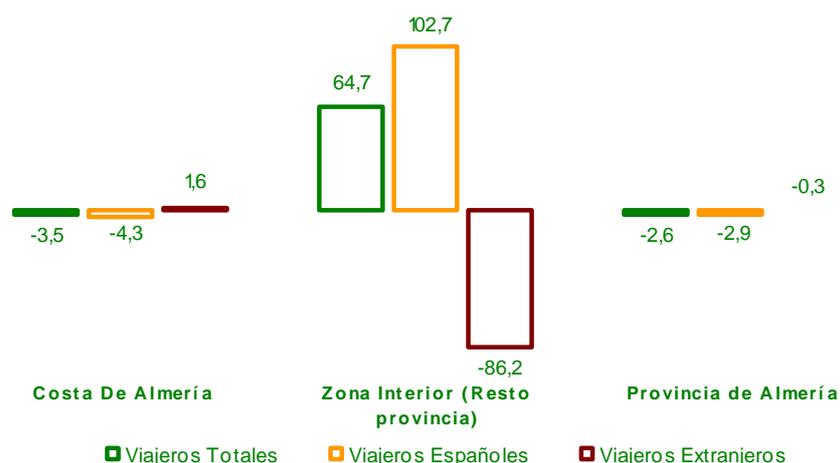
Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior. (4) Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

Continuando con la **Encuesta de Ocupación en Apartamentos**, se observa cómo en los nueve primeros meses de 2014 el número de viajeros alojados en apartamentos en la Zona de la Costa han ascendido a 120.089, el 97,5% del total de viajeros alojados en la provincia de Almería. Esta cuantía supone un descenso del 3,5% respecto al mismo periodo del año anterior, debido a la caída de la demanda nacional (-4,3%), que por otro lado, tiene un peso del 86% sobre el total de viajeros, mientras que los viajeros extranjeros alojados en la Costa (14% sobre el total), han crecido un 1,6% en términos interanuales.

Por su parte, el turismo de interior tiene un peso escaso sobre la demanda total de apartamentos en la provincia (2,5%). Entre enero y septiembre de 2014, los viajeros alojados en apartamentos del interior se situaron en 3.022, lo que supone un notable incremento del 64,7% en términos interanuales, por el aumento de la demanda residente en España (2.971 viajeros) que se ha duplicado respecto a los nueve primeros meses de 2013, mientras que la demanda extranjera se ha reducido notablemente, pasando de 369 a 51 viajeros foráneos en 2014 (-86,2%). Dado el reducido número de viajeros extranjeros, es importante relativizar las tasas de variación registradas.

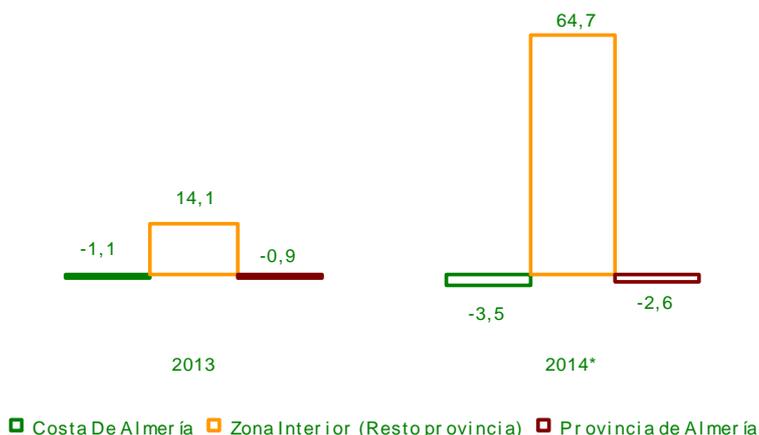
**GRÁFICO 2.31**  
**Evolución de los viajeros alojados en apartamentos de la provincia de Almería en 2014\***  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\*Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**GRÁFICO 2.32**  
**Comparativa por zonas de los viajeros alojados en apartamentos**  
**en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**Cuadro 2.8**  
**Indicadores de demanda por zonas turísticas. Viajeros alojados en apartamentos**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Viajeros Totales</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	135.839	134.331	120.089	-1,1	-3,5
Zona Interior (Resto provincia)	1.824	2.081	3.022	14,1	64,7
<b>Provincia de Almería</b>	137.663	136.412	123.111	-0,9	-2,6
<b>Viajeros Españoles</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	117.096	114.116	103.272	-2,5	-4,3
Zona Interior (Resto provincia)	1.753	1.712	2.971	-2,3	102,7
<b>Provincia de Almería</b>	118.849	115.828	106.243	-2,5	-2,9
<b>Viajeros Extranjeros</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	18.743	20.215	16.817	7,9	1,6
Zona Interior (Resto provincia)	71	369	51	419,7	-86,2
<b>Provincia de Almería</b>	18.814	20.584	16.868	9,4	-0,3

Nota: <sup>(1)</sup> Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

Las pernoctaciones en la Zona de la Costa han ascendido a 633.586 entre enero y septiembre de 2014, un 0,6% menos en términos interanuales, ya que tanto las pernoctaciones de extranjeros como de

residentes en España se han reducido, con tasas del -0,3% y -0,7%, respectivamente. En la Zona del Interior, se ha observado una trayectoria positiva, ya que las pernoctaciones han aumentado un 75,9%, respecto a los nueve primeros meses de 2013, debido a la mejora de las pernoctaciones de españoles (83,4%), mientras que las de extranjeros se han contraído un 12,1%, en términos interanuales.

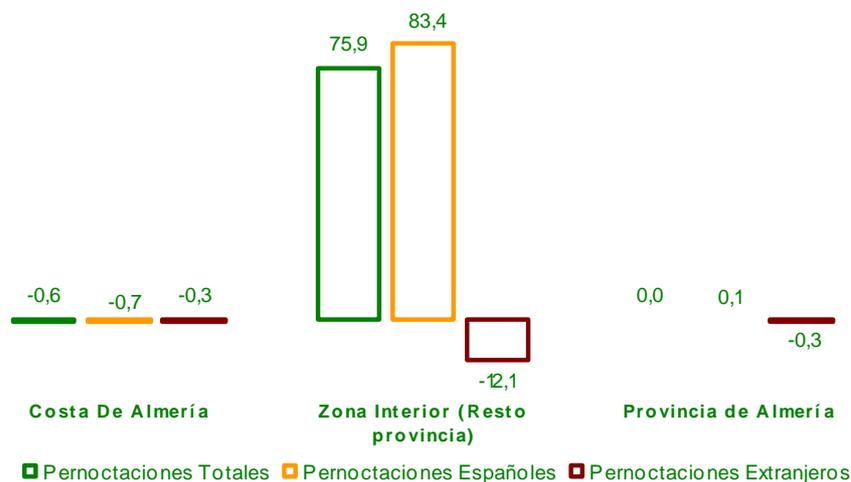
**Cuadro 2.9**  
**Indicadores de demanda por zonas turísticas. Pernoctaciones en apartamentos.**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Pernoctaciones Totales</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	700.710	686.547	633.586	-2,0	-0,6
Zona Interior (Resto provincia)	3.408	7.097	9.211	108,2	75,9
<b>Provincia de Almería</b>	704.118	693.644	642.797	-1,5	0,0
<b>Pernoctaciones Españoles</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	556.409	518.259	498.069	-6,9	-0,7
Zona Interior (Resto provincia)	3.213	6.685	8.849	108,1	83,4
<b>Provincia de Almería</b>	559.622	524.944	506.918	-6,2	0,1
<b>Pernoctaciones Extranjeros</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	144.301	168.288	135.517	16,6	-0,3
Zona Interior (Resto provincia)	195	412	362	111,3	-12,1
<b>Provincia de Almería</b>	144.496	168.700	135.879	16,8	-0,3

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

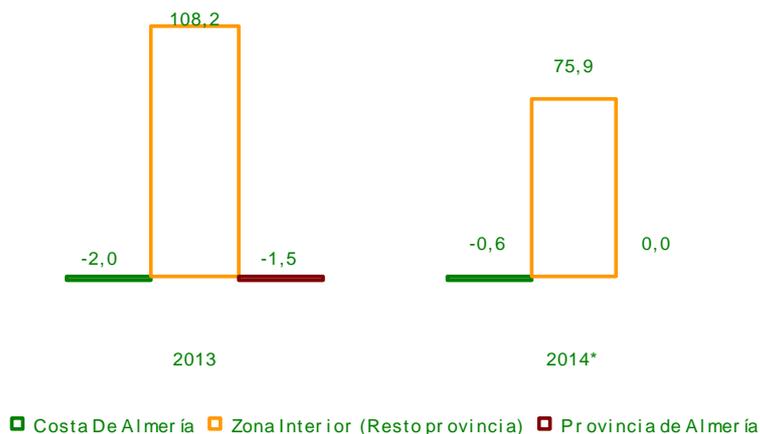
**GRÁFICO 2.33**  
**Evolución de las pernoctaciones en apartamentos**  
**de la provincia de Almería en 2014\***  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**GRÁFICO 2.34**  
**Comparativa por zonas de las pernoctaciones en apartamentos**  
**en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

En lo que concierne a la oferta, en la Costa de Almería se han estimado 1.904 apartamentos turísticos en 2014, con información hasta el mes de septiembre, permaneciendo prácticamente estable respecto al mismo periodo de 2013. Por su parte, el número de plazas se ha reducido un -0,3% hasta situarse en 8.194, mientras que el personal ocupado en apartamentos (214) ha aumentado un 7,8%. El grado de ocupación por plaza en los apartamentos se ha situado en el 36,1%, 2,1 p.p. inferior al mismo periodo de 2013.

La oferta de apartamentos en la Zona del Interior es bastante más escasa que en la Costa, con 37 apartamentos en el promedio enero-septiembre de 2014 (2 más respecto al mismo periodo de 2013), un 5,7% más en términos relativos. De igual modo, el personal ocupado ha pasado de 13 a 17 en 2014. Por su parte, el número de plazas (173 en 2014), ha registrado un descenso del 3,1% en términos interanuales. El grado de ocupación en la Zona Interior es del 23,5%, 12,5 p.p. menos que en la Costa, y 1 p.p. por debajo del porcentaje registrado en 2013.

Cuadro 2.10

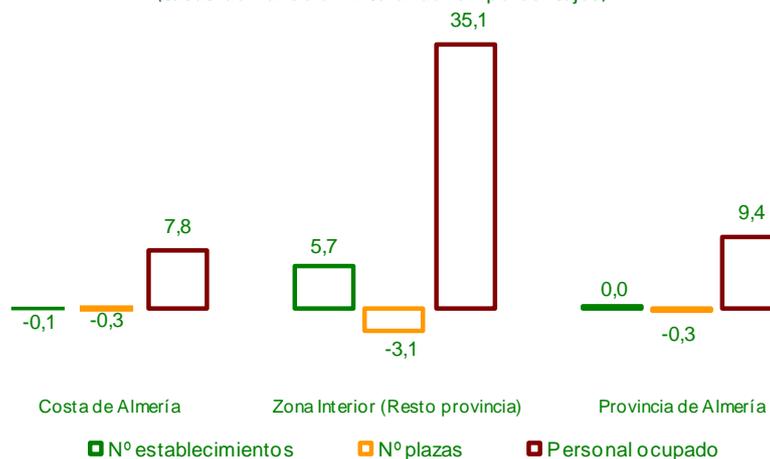
**Indicadores de oferta por zonas turísticas de Almería. Apartamentos**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Número de establecimientos</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	1.643	1.741	1.904	5,9	-0,1
Zona Interior( Resto provincia)	30	36	37	19,1	5,7
Provincia de Almería	1.673	1.777	1.941	6,2	0,0
<b>Número de plazas</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	6.928	7.413	8.194	7,0	-0,3
Zona Interior( Resto provincia)	163	178	173	9,2	-3,1
Provincia de Almería	7.091	7.591	8.367	7,1	-0,3
<b>Personal ocupado</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	165	166	214	0,5	7,8
Zona Interior( Resto provincia)	8	12	17	58,1	35,1
Provincia de Almería	173	178	231	3,1	9,4
<b>Grado de ocupación por plazas <sup>(4)</sup></b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	37,0	32,8	36,1	-4,19	-2,14
Zona Interior( Resto provincia)	23,1	21,0	23,5	-2,13	-0,98
Provincia de Almería	36,6	32,6	35,8	-4,01	-2,08

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior. (4) Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**GRÁFICO 2.35**  
**Evolución de los indicadores de oferta en apartamentos por zonas**  
**de la provincia de Almería en 2014\***  
(tasas de variación interanual en porcentajes)

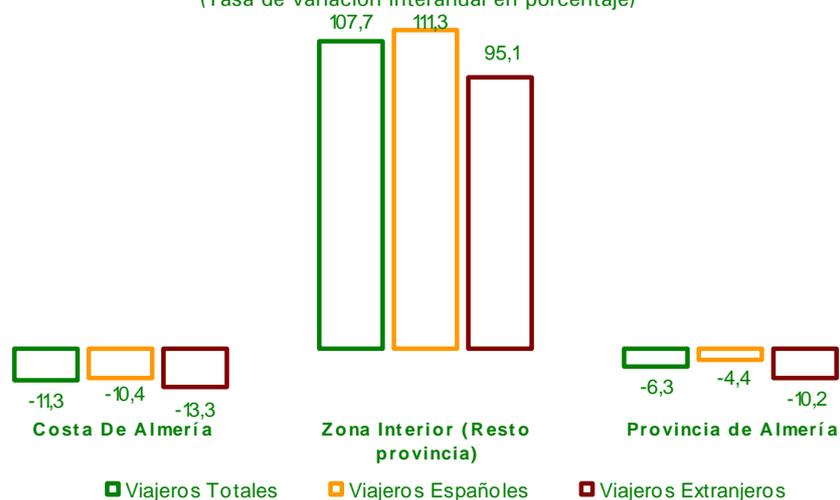


\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

En lo que respecta a la **Encuesta de Ocupación en Campings**, los viajeros alojados en esta tipología de alojamientos, en la Zona de la Costa, han ascendido a 61.172 entre enero y septiembre, lo que supone un descenso del 11,3%, respecto al mismo periodo de 2013 (habiéndose registrado en el conjunto de 2013 un aumento del 5,9%). Esta caída se ha debido tanto al retroceso de españoles como de extranjeros, ya que ambos han registrado tasas del -10,4 y -13,3%, respectivamente. En cambio, en la Zona del Interior a diferencia de la trayectoria seguida en la Zona de la Costa y en el total provincial, se ha observado un notable aumento de los viajeros alojados en campings, ya que se han duplicado respecto a enero-septiembre de 2013, hasta situarse en 6.375 viajeros, destacando el aumento tanto de la demanda nacional como extranjera.

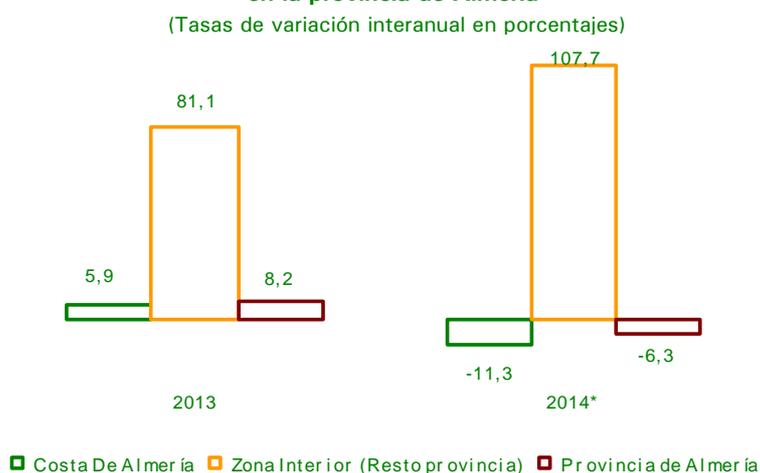
**GRÁFICO 2.36**  
**Evolución de los viajeros alojados en campings**  
**de la provincia de Almería en 2014\***  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

**GRÁFICO 2.37**  
**Comparativa por zonas de los viajeros alojados en campings**  
**en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

Cuadro 2.11

**Indicadores de demanda por zonas turísticas. Viajeros en campings.**

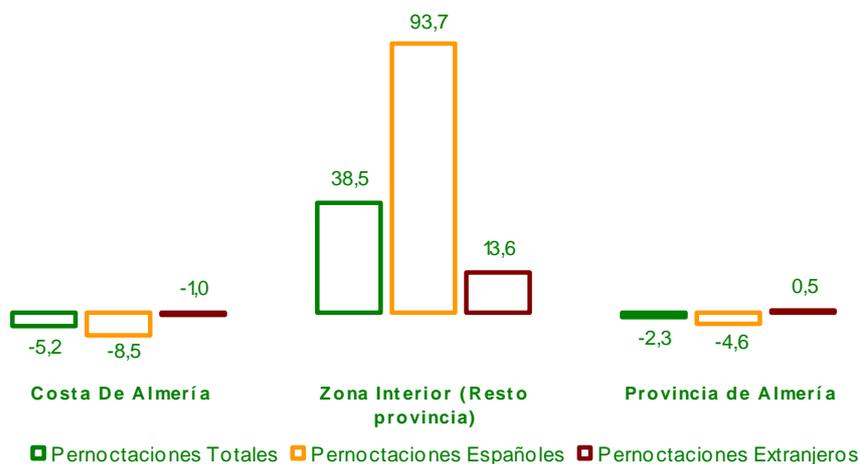
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Viajeros Totales</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	73.377	77.735	61.172	5,9	-11,3
Zona Interior (Resto provincia)	2.259	4.090	6.375	81,1	107,7
<b>Provincia de Almería</b>	75.636	81.825	67.547	8,2	-6,3
<b>Viajeros Españoles</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	48.257	49.119	41.388	1,8	-10,4
Zona Interior (Resto provincia)	1.666	3.299	5.048	98,0	111,3
<b>Provincia de Almería</b>	49.923	52.418	46.436	5,0	-4,4
<b>Viajeros Extranjeros</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	25.120	28.616	19.784	13,9	-13,3
Zona Interior (Resto provincia)	593	791	1.327	33,4	95,1
<b>Provincia de Almería</b>	25.713	29.407	21.111	14,4	-10,2

Nota: <sup>(1)</sup> Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

Las pernoctaciones en la Costa de Almería se han situado en 330.023, entre enero y septiembre de 2014, un 5,2% menos respecto al mismo periodo del año anterior, siendo más intensa la caída de las pernoctaciones de extranjeros (-8,5%) que las de residentes en España (-1,0%). Por el contrario, las pernoctaciones en la Zona del Interior han aumentado un 38,5% en términos interanuales hasta registrar 34.490 pernoctaciones. Cabe destacar, en este caso, el aumento relativo más acusado de las pernoctaciones de españoles (93,7%) que de extranjeros (13,6%).

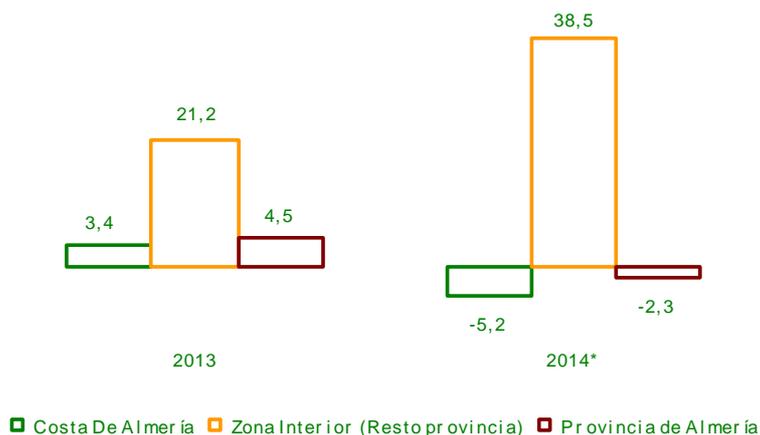
**GRÁFICO 2.38**  
**Evolución de las pernoctaciones en campings**  
**de la provincia de Almería en 2014\***  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

**GRÁFICO 2.39**  
**Comparativa por zonas de las pernoctaciones en campings**  
**en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

Cuadro 2.12

**Indicadores de demanda por zonas turísticas. Pernoctaciones en campings.**

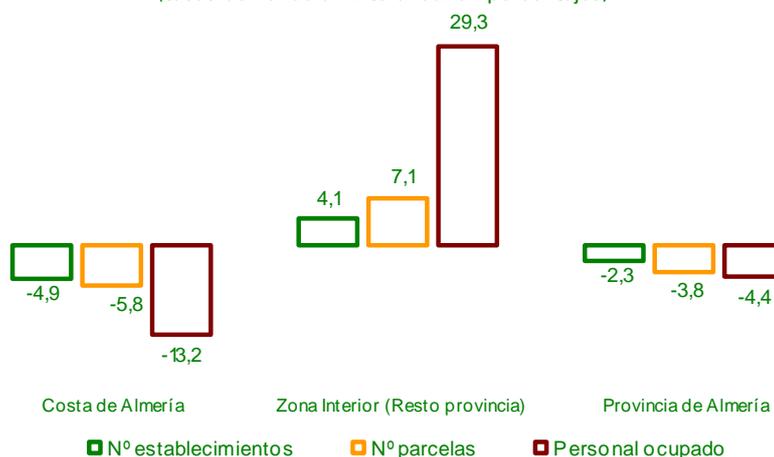
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Pernoctaciones Totales</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	416.694	430.770	330.023	3,4	-5,2
Zona Interior (Resto provincia)	28.027	33.971	34.490	21,2	38,5
<b>Provincia de Almería</b>	444.721	464.741	364.513	4,5	-2,3
<b>Pernoctaciones Españoles</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	210.767	218.338	179.045	3,6	-8,5
Zona Interior (Resto provincia)	5.215	10.019	15.003	92,1	93,7
<b>Provincia de Almería</b>	215.982	228.357	194.048	5,7	-4,6
<b>Pernoctaciones Extranjeros</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	205.927	212.432	150.978	3,2	-1,0
Zona Interior (Resto provincia)	22.812	23.952	19.487	5,0	13,6
<b>Provincia de Almería</b>	228.739	236.384	170.465	3,3	0,5

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

Atendiendo a la oferta de camping, en la Costa de Almería se han estimado 13 camping en el promedio de los nueve primeros meses de 2014 (14 en el mismo periodo de 2013), con un total de 2.143 parcelas (la definición de parcela incluye además los bungalows, las caravanas en propiedad del camping y la zona no parcelada destinada a la acampada libre). Ambos indicadores han registrado un descenso del -4,9% y -5,8%, respectivamente, al igual que el personal ocupado, que ha descendido un 13,2%, hasta los 72 empleados en 2014. La oferta en la Zona de Interior ha evolucionado favorablemente, con un aumento tanto del número de campings como de parcelas estimadas (4,1% y 7,1%, respectivamente). Asimismo, el personal ocupado también ha registrado una tasa positiva del 29,3%.

**GRÁFICO 2.40**  
**Evolución de los indicadores de oferta por zonas en campings de la provincia de Almería en 2014\***  
(tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

**Cuadro 2.13**  
**Indicadores de oferta por zonas turísticas en campings de Almería.**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Número de establecimientos</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	13	13	13	-1,3	-4,9
Zona Interior( Resto provincia)	5	6	6	8,1	4,1
Provincia de Almería	19	19	19	1,4	-2,3
<b>Número de parcelas</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	2.256	2.216	2.143	-1,8	-5,8
Zona Interior( Resto provincia)	369	422	445	14,4	7,1
Provincia de Almería	2.624	2.638	2.587	0,5	-3,8
<b>Personal ocupado</b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	86	83	76	-3,3	-13,2
Zona Interior( Resto provincia)	19	24	29	28,4	29,3
Provincia de Almería	105	107	105	2,4	-4,4
<b>Grado de ocupación por plazas <sup>(4)</sup></b>					
Costa de Almería <sup>(1)</sup>	25	26	28	0,45	1,50
Zona Interior( Resto provincia)	17	18	18	0,62	-0,54
Provincia de Almería	24	25	27	1,02	1,24

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior. (4) Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales.

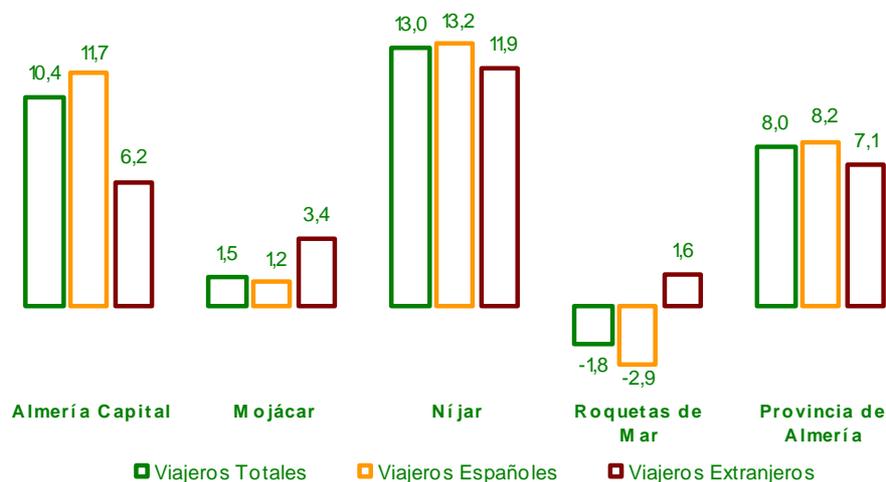
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

### 2.3. El sector turístico en la esfera provincial: análisis por puntos turísticos.

En el siguiente capítulo se abordará el sector turístico en la provincia de Almería, a través del análisis de los puntos turísticos más importantes. De este modo, y según la metodología del INE, destacan cuatro puntos turísticos: Almería capital, Mojácar, Níjar y Roquetas de Mar. La disponibilidad de datos por parte del INE se centra en la Encuesta de Ocupación Hotelera, en la de Apartamentos (en este caso sólo para el municipio de Roquetas de Mar) y en la de Campings (sólo disponible para Mojácar).

Dicho esto, y comenzando con la **Encuesta de Ocupación Hotelera**, el municipio de Roquetas de Mar, con 317.963 viajeros alojados en establecimientos hoteleros entre enero y septiembre de 2014, representa el 32,2% del total de viajeros alojados en la provincia almeriense, seguido de Almería (23,6%), Mojácar (17,1%) y, por último, Níjar (5,5%). Sólo en Roquetas han descendido los viajeros en términos interanuales (-1,8%), mientras que en el resto de municipios se ha incrementado, destacando con tasas de dos dígitos los aumentos registrados en Almería capital y Níjar (10,4% y 13,0%, respectivamente). Atendiendo a la procedencia de los viajeros, en todos los puntos turísticos se observa un mayor peso de la demanda nacional, ya que en todos se registra una participación sobre el total de viajeros superior al 75%. En términos interanuales, la demanda nacional ha seguido una trayectoria positiva, incrementándose en todos los puntos a excepción de Roquetas de Mar, donde han descendido un 2,9%. En el caso de la demanda extranjera, el crecimiento ha sido generalizado, registrando Níjar el aumento relativo más elevado (11,9% respecto al periodo enero-septiembre de 2013).

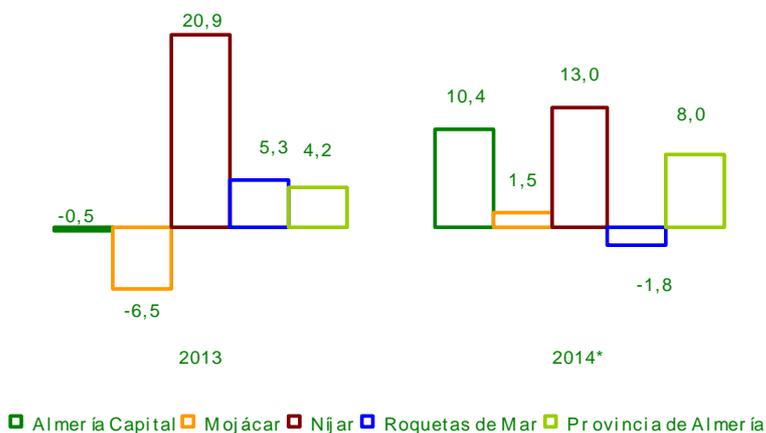
**GRÁFICO 2.41**  
**Evolución de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería en 2014\* por puntos turísticos**  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

**GRÁFICO 2.42**  
**Comparativa por puntos turísticos de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.



Cuadro 2.14

Indicadores de demanda hotelera por puntos turísticos<sup>(1)</sup>. Viajeros.

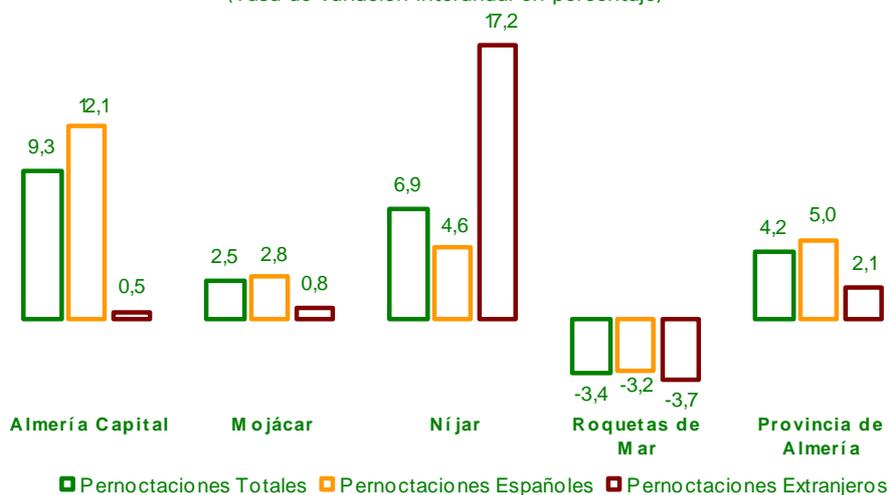
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Viajeros Totales</b>					
Almería Capital	260.453	259.228	233.174	-0,5	10,4
Mojácar	188.710	176.473	168.711	-6,5	1,5
Níjar	45.381	54.843	54.203	20,9	13,0
Roquetas de Mar	328.303	345.759	317.963	5,3	-1,8
<b>Provincia de Almería</b>	<b>1.015.063</b>	<b>1.057.691</b>	<b>986.290</b>	<b>4,2</b>	<b>8,0</b>
<b>Viajeros Españoles</b>					
Almería Capital	210.139	200.871	183.114	-4,4	11,7
Mojácar	166.052	154.212	148.600	-7,1	1,2
Níjar	35.740	43.156	43.211	20,7	13,2
Roquetas de Mar	271.756	259.210	237.794	-4,6	-2,9
<b>Provincia de Almería</b>	<b>851.973</b>	<b>847.077</b>	<b>795.474</b>	<b>-0,6</b>	<b>8,2</b>
<b>Viajeros Extranjeros</b>					
Almería Capital	50.314	58.357	50.060	16,0	6,2
Mojácar	22.658	22.261	20.111	-1,8	3,4
Níjar	9.641	11.687	10.992	21,2	11,9
Roquetas de Mar	56.547	86.549	80.169	53,1	1,6
<b>Provincia de Almería</b>	<b>163.090</b>	<b>210.616</b>	<b>190.815</b>	<b>29,1</b>	<b>7,1</b>

Nota:<sup>(1)</sup> Información no disponible para algunos meses en los municipios de Mojácar, Níjar y Roquetas. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

La trayectoria de las pernoctaciones hoteleras muestra un comportamiento similar y, entre enero y septiembre de 2014, sólo en Roquetas de Mar han descendido, con una tasa interanual del 3,4%, debido a la caída tanto de las pernoctaciones de españoles como de extranjeros (-3,2 y -3,7%, respectivamente). En cuanto a las pernoctaciones de españoles, sólo en Almería capital (12,1%) han crecido por encima de la tasa registrada en la provincia (5,0%). En el caso de las pernoctaciones de extranjeros, mientras que en Almería y Mójacar han aumentado ligeramente (0,5% y 0,8%, respectivamente), en Níjar han crecido un 17,2%, por encima del aumento registrado en el conjunto de la provincia (2,1%).

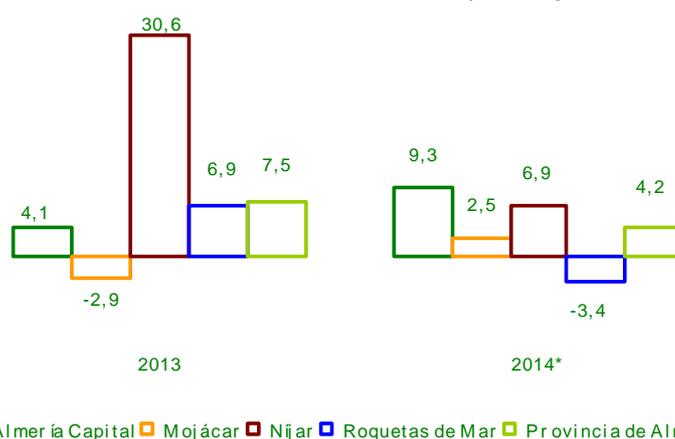
**GRÁFICO 2.43**  
**Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería en 2014\* por puntos turísticos**  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

**GRÁFICO 2.44**  
**Comparativa por puntos turísticos de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros en la provincia de Almería**  
(Tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Cuadro 2.15

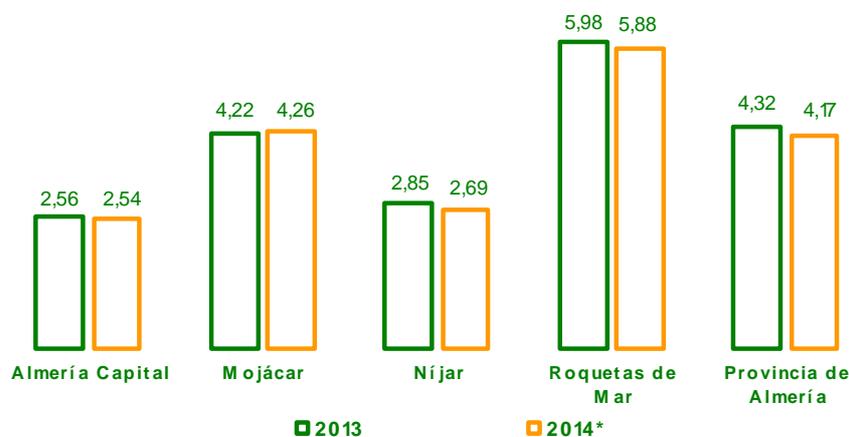
**Indicadores de demanda hotelera por puntos turísticos <sup>(1)</sup>. Pernoctaciones.**

	Tasas de variación interanual en %				
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Pernoctaciones Totales</b>					
Almería Capital	616.097	641.072	591.546	4,1	9,3
Mojácar	760.564	738.659	718.364	-2,9	2,5
Níjar	117.515	153.497	146.075	30,6	6,9
Roquetas de Mar	1.917.899	2.049.764	1.870.141	6,9	-3,4
<b>Provincia de Almería</b>	<b>4.105.708</b>	<b>4.413.893</b>	<b>4.108.126</b>	<b>7,5</b>	<b>4,2</b>
<b>Pernoctaciones Españoles</b>					
Almería Capital	489.353	478.879	460.752	-2,1	12,1
Mojácar	654.109	626.988	621.960	-4,1	2,7
Níjar	94.288	121.731	117.380	29,1	4,6
Roquetas de Mar	1.420.003	1.342.391	1.238.118	-5,5	-3,2
<b>Provincia de Almería</b>	<b>3.223.085</b>	<b>3.232.897</b>	<b>3.072.397</b>	<b>0,3</b>	<b>5,0</b>
<b>Pernoctaciones Extranjeros</b>					
Almería Capital	126.744	162.193	130.794	28,0	0,5
Mojácar	106.455	111.671	96.404	4,9	0,8
Níjar	23.227	31.766	28.695	36,8	17,2
Roquetas de Mar	497.896	707.373	632.023	42,1	-3,7
<b>Provincia de Almería</b>	<b>882.623</b>	<b>1.180.995</b>	<b>1.035.727</b>	<b>33,8</b>	<b>2,1</b>

Nota: <sup>(1)</sup> Información no disponible para algunos meses en los municipios de Mojácar, Níjar y Roquetas. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

**GRÁFICO 2.45**  
**Estancia media por puntos turísticos de la provincia de Almería**  
(Días)

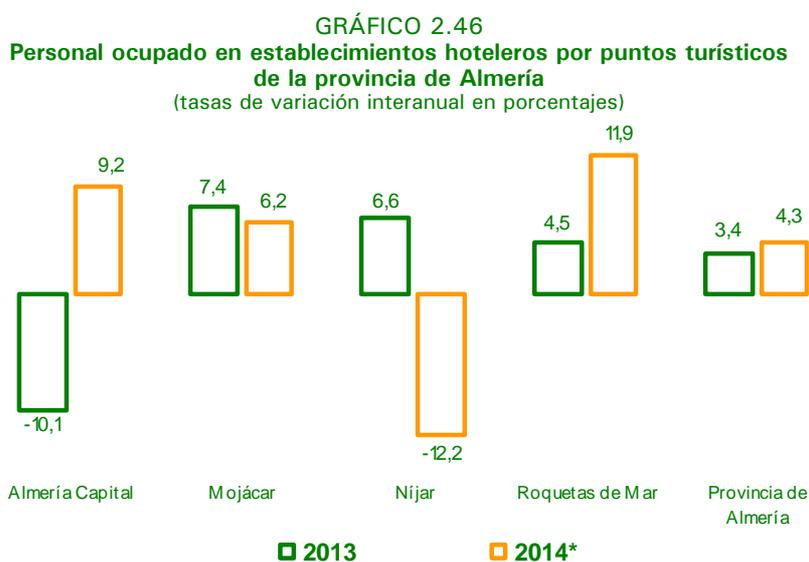


\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

El municipio de Roquetas registra una estancia media superior a la del resto de puntos turísticos y el del conjunto de la provincia, con 5,88 días en el promedio enero-septiembre de 2014. Mojácar ha sido el único punto turístico en el que se ha incrementado levemente la estancia media, respecto a los nueve primeros meses de 2013.

Por el lado de la oferta, y comenzando por los establecimientos hoteleros estimados, en lo que va de año sólo en Roquetas de Mar y en Almería capital se han incrementado, con tasas del 2,1 y 0,8%, respectivamente, mientras que en Mojácar y Níjar se han reducido un 15,4% y un 8,6%, respectivamente, tras haber registrado en 2013 una favorable trayectoria. Por otra parte, se ha observado una reducción de las plazas hoteleras, salvo en Roquetas de Mar, donde han aumentado un 1,9%, en términos interanuales, frente al descenso registrado en el conjunto de la provincia (-0,3%). Mejor ha sido el comportamiento del personal ocupado, salvo en Níjar donde han disminuido un 12,2%, registrando Roquetas de Mar la tasa más alta (11,9%).



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

**Cuadro 2.16**  
**Indicadores de oferta hotelera por puntos turísticos de Almería <sup>(1)</sup>**

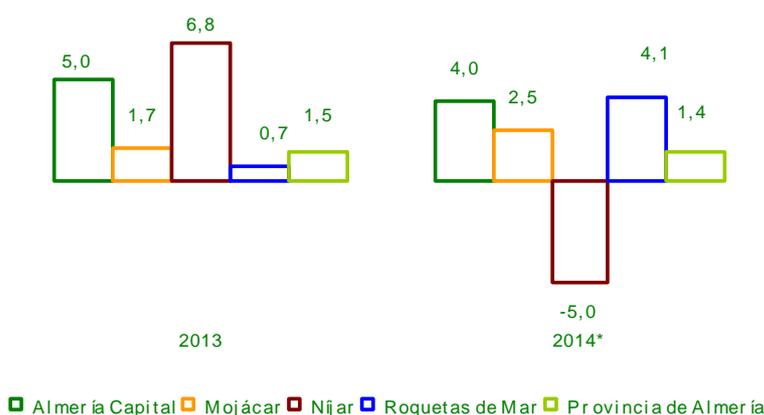
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	Tasas de variación interanual en %	
				2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Número de establecimientos</b>					
Almería Capital	28	26	27	-7,49	0,82
Mojácar	21	27	24	27,07	-15,38
Níjar	24	27	27	14,04	-8,63
Roquetas de Mar	21	23	23	6,07	2,12
Provincia de Almería	177	172	190	-2,55	5,88
<b>Plazas estimadas</b>					
Almería Capital	4.114	3.768	3.994	-8,42	-2,51
Mojácar	6.526	7.027	7.112	7,68	-3,45
Níjar	1.286	1.311	1.226	1,94	-15,03
Roquetas de Mar	12.233	12.573	12.923	2,78	1,89
Provincia de Almería	28.023	28.311	31.118	1,03	-0,26
<b>Personal ocupado</b>					
Almería Capital	422	379	445	-10,08	9,16
Mojácar	456	490	556	7,43	6,20
Níjar	109	117	116	6,58	-12,21
Roquetas de Mar	980	1.024	1.185	4,47	11,93
Provincia de Almería	2.366	2.446	2.872	3,38	4,33
<b>Grado de ocupación por plazas (4)</b>					
Almería Capital	36,9	41,9	46,9	4,98	3,97
Mojácar	38,0	39,7	44,1	1,68	2,45
Níjar	27,4	34,3	36,8	6,84	-5,00
Roquetas de Mar	48,5	49,2	55,2	0,70	4,10
Provincia de Almería	35,9	37,4	42,9	1,46	1,44

Nota:<sup>(1)</sup> Información no disponible para algunos meses en los municipios de Mojácar, Níjar y Roquetas. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

Por último, en referencia al turismo hotelero, Roquetas de Mar registra el grado de ocupación hotelera más alto en los nueve primeros meses de 2014 (55,2%), por encima de la media provincial (42,9%). El resto de puntos también se sitúa por encima de la media almeriense a excepción de Níjar (36,8%), que además ha sido el único punto en el que ha descendido en términos interanuales (-5,0 p.p.).

**GRÁFICO 2.47**  
**Comparativa por puntos turísticos del grado de ocupación hotelera**  
**en la provincia de Almería**  
(Diferencias en puntos porcentuales)

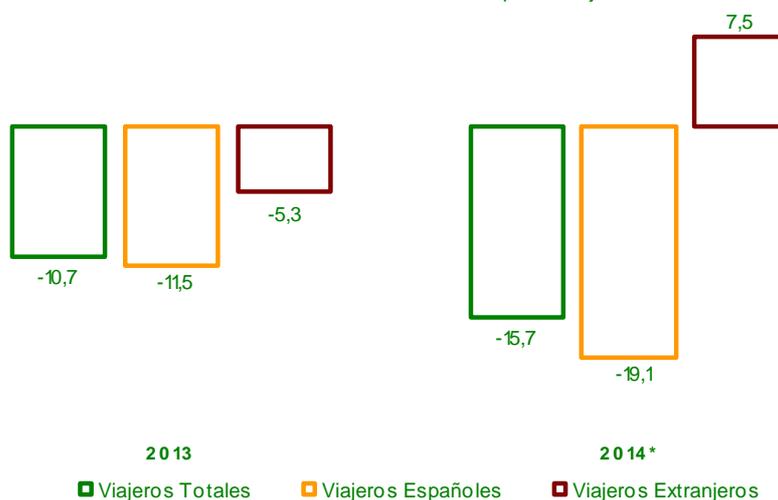


\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo de 2013.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

En el municipio de Roquetas de Mar, los datos relativos al turismo hotelero han reflejado una mejora relevante en lo que va de año. Sin embargo, la **Encuesta de Ocupación en Apartamentos** (sólo disponible para este punto turístico, que acapara en torno al 30% del total de viajeros alojados en apartamentos en la provincia) no arroja resultados tan halagüeños. Así, entre enero y septiembre de 2014, tanto los viajeros como las pernoctaciones han descendido en este municipio, con tasas del -15,7% y -4,7%, respectivamente. En el caso de los viajeros, este descenso se ha debido a la peor trayectoria de la demanda nacional (-19,1%), mientras que los extranjeros han aumentado un 7,5%, respecto al periodo enero-septiembre de 2013. Mientras que, en el caso de las pernoctaciones, se ha dado un descenso tanto de las de residentes como de no residentes (-4,9 y -3,9%, respectivamente).

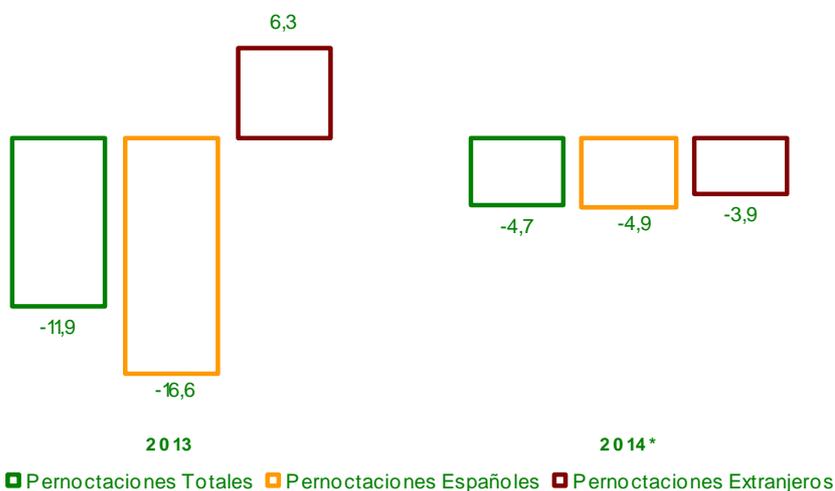
**GRÁFICO 2.48**  
**Evolución de los viajeros alojados en apartamentos en Roquetas de Mar**  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**GRÁFICO 2.49**  
**Evolución de las pernoctaciones en apartamentos en Roquetas de Mar**  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.



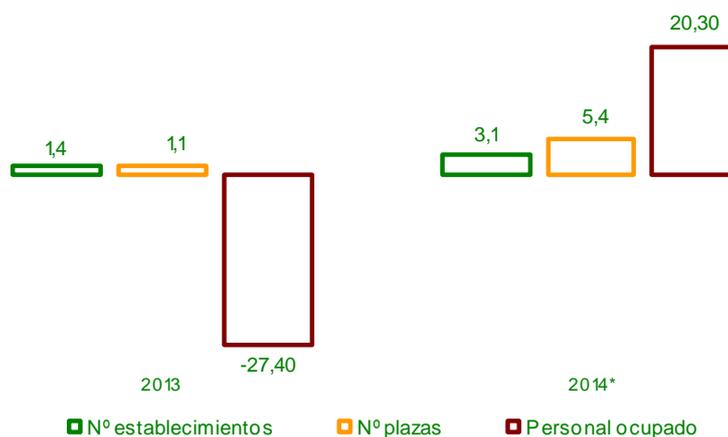
**Cuadro 2.17**  
**Indicadores de demanda en apartamentos en Roquetas de Mar**

	2012	2013	2014 <sup>(1)</sup>	2013	2014 <sup>(2)</sup>
<b>Viajeros totales</b>	54.595	48.767	36.408	-10,7	-15,7
Nacionales	47.747	42.279	30.550	-11,5	-19,1
Extranjeros	6.848	6.488	5.858	-5,3	7,5
<b>Pernoctaciones totales</b>	287.390	253.229	220.871	-11,9	-4,7
Nacionales	227.841	189.924	169.809	-16,6	-4,9
Extranjeros	59.549	63.305	51.062	6,3	-3,9
<b>Estancia media total</b>	5,26	5,19	6,07	-0,07	0,70
Nacionales	4,77	4,49	5,56	-0,28	0,83
Extranjeros	8,70	9,76	8,72	1,06	-1,04

<sup>(1)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(2)</sup> Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.  
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

En contraposición, los indicadores de oferta muestran resultados más satisfactorios y, tanto el número de apartamentos estimados como las plazas en apartamentos, han aumentado en lo que va de año respecto al mismo periodo de 2013 (3,1% y 5,4%, respectivamente). Por su parte, el personal ocupado también ha evolucionado favorablemente con un aumento interanual del 20,3%. El descenso de las pernoctaciones ha provocado un descenso del grado de ocupación en apartamentos en Roquetas de Mar (-3,6 p.p.) hasta situarse en el 33,6% de las plazas.

**GRÁFICO 2.50**  
**Evolución de los indicadores de oferta en apartamentos en Roquetas de Mar**  
(tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

**Cuadro 2.18**  
**Indicadores de oferta hotelera por puntos turísticos de Almería.**  
**Apartamentos Roquetas de Mar**

	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Número de establecimientos</b>	794	806	847	1,4	3,1
<b>Plazas estimadas</b>	3.095	3.130	3.399	1,1	5,4
<b>Personal ocupado</b>	44	32	42	-27,4	20,3
<b>Grado de ocupación por plazas <sup>(1)</sup></b>	37,0	31,4	33,6	-5,55	-3,60

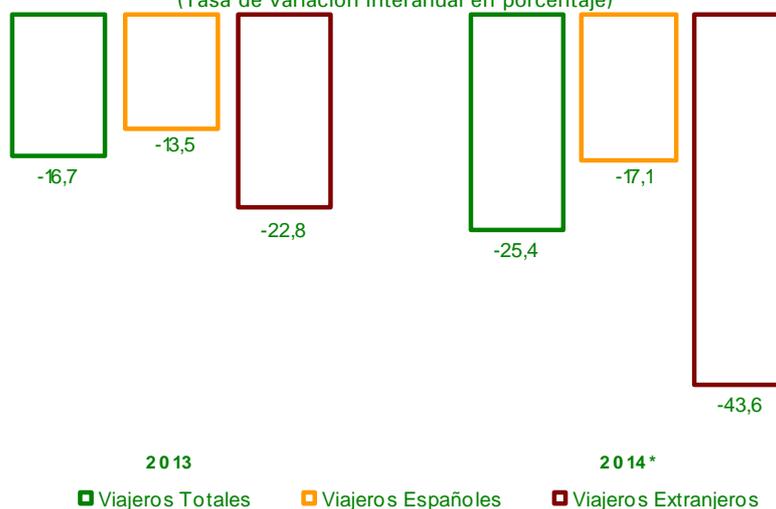
<sup>(1)</sup> Tasas de variación en diferencias de puntos porcentuales. <sup>(2)</sup> Datos disponibles hasta septiembre de 2014. <sup>(3)</sup> Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos, INE.

En lo que respecta a la Encuesta de Ocupación en Campings, el INE solo dispone de información para el municipio de Mojácar, donde se han estimado 4.613 viajeros entre enero y septiembre de 2014, lo que supone un descenso del 25,4% respecto al mismo periodo del año anterior. Este retroceso se explica por el descenso tanto de la demanda nacional (76,3% del total) como por la extranjera (-17,1% y -43,6%, respectivamente). Por su parte, las pernoctaciones (18.394 en lo que va de año), han descendido un 20,8% en términos interanuales, debido a la caída de las pernoctaciones de extranjeros (-42,7%), mientras que las de residentes en España han aumentado ligeramente (0,2%).



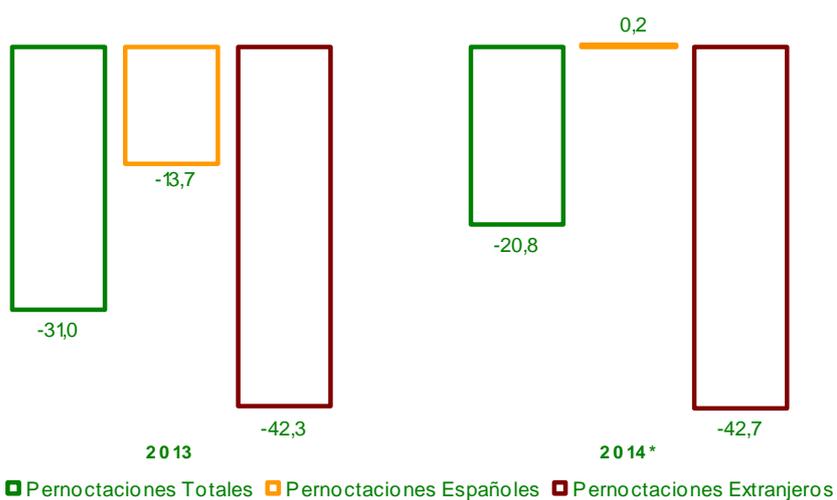
GRÁFICO 2.51  
Evolución de los viajeros alojados en campings en Mojácar  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

GRÁFICO 2.52  
Evolución de las pernoctaciones en campings en Mojácar  
(Tasa de variación interanual en porcentaje)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.



Cuadro 2.19  
Indicadores de demanda hotelera por puntos turísticos de Almería.  
Camping Mojácar <sup>(1)</sup>

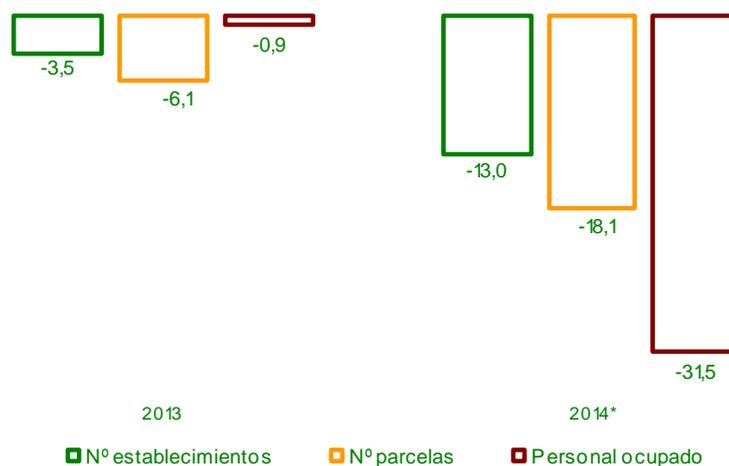
	Número			Tasa variación en % <sup>(3)</sup>	
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014
<b>Viajeros totales</b>	7.592	6.322	4.613	-16,7	-25,4
Nacionales	4.952	4.283	3.522	-13,5	-17,1
Extranjeros	2.640	2.039	1.091	-22,8	-43,6
<b>Pernoctaciones totales</b>	34.767	23.988	18.394	-31	-20,8
Nacionales	13.777	11.884	11.849	-13,7	0,2
Extranjeros	20.990	12.104	6.545	-42,3	-42,7
<b>Estancia media total</b>	4,58	3,79	3,99	-0,79	0,23
Nacionales	2,78	2,77	3,36	-0,01	0,58
Extranjeros	7,95	5,94	6,00	-2,01	0,09

(1) Datos no disponibles de noviembre de 2013 a febrero de 2014. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación estancia media en días.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

En cuanto a los indicadores de oferta de los campings en Mojácar, se ha observado una trayectoria negativa en los nueve primeros meses de 2014, con caídas más acusadas que las registradas en el conjunto de 2013. Así, tanto el número de establecimientos como de parcelas han registrado tasas del -13,0% y el -18,1%, respectivamente, siendo más acusado el retroceso del personas ocupado (-31,5%). El grado de ocupación por parcelas ha descendido 16,6 p.p. hasta situarse en el 17,1%.

**GRÁFICO 2.53**  
**Evolución de los indicadores de oferta en campings en Mojácar**  
(tasas de variación interanual en porcentajes)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014. Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

**Cuadro 2.20**  
**Indicadores de oferta hotelera por puntos turísticos de Almería. CAMPINGS**  
**MOJÁCAR <sup>(1)</sup>**

	Número			Tasa variación en % <sup>(3)</sup>	
	2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014
<b>Establecimientos</b>	4	4	3	-3,5	-13,0
<b>Parcelas</b>	289	271	230	-6,1	-18,1
<b>Personal ocupado</b>	12	11	8	-0,9	-31,5
<b>Grado de ocupación por parcelas</b>	15,6	14,5	17,1	-1,03	-16,62

(1) Datos no disponibles de noviembre de 2013 a febrero de 2014. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

(3) Variación grado ocupación en puntos porcentuales.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación en Campings, INE.

En definitiva, el sector turístico en la provincia almeriense ha mostrado un impulso notable a lo largo de 2014 debido a la favorable trayectoria de la actividad hotelera, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta. Por el contrario, la demanda de apartamentos y camping se ha contraído en lo que va de año. Por zonas, cabe destacar la favorable evolución de la actividad hotelera tanto en la Zona del Interior como de la Costa, destacando que esta última tiene un peso del 95,7% sobre el total de la demanda en la provincia siendo, en consecuencia, determinante en la trayectoria agregada de la actividad turística de la provincia.

## **2.4. Análisis del mercado de trabajo en el sector turístico almeriense**

Con relación a la oferta turística en la provincia, resulta interesante el análisis del **mercado de trabajo** en el sector turístico. Para ello, se ha utilizado la información que recopila el Observatorio Argos, del Servicio Andaluz de Empleo, que ofrece información sobre las contrataciones en el sector turístico y los respectivos subsectores en los que se divide: alojamientos, restauración y otros servicios turísticos (agencias de viajes, servicios de información turística al visitante, actividades deportivas y de entretenimiento...). El ámbito a analizar en este caso, sería el total provincial, la Costa y el Interior, con información referente al periodo acumulado entre enero y septiembre de 2014 (última información disponible). Asimismo, se hará una breve referencia a la contratación en los puntos turísticos de la provincia.

En términos generales, cabe decir que el mercado de trabajo vinculado al sector turístico ha evolucionado favorablemente en el último año. Así, en la provincia de Almería se han registrado 32.187 contratos en el sector turístico, entre enero y septiembre de 2014 (un 18,9% más que en el mismo periodo de 2013). En el número total de contratos, se ha observado una mayor presencia femenina, con un peso del 55,6% sobre el total (17.895 contratos), mientras que los contratos a hombres representan el 44,4% restante (14.292). Respecto a los nueve primeros meses de 2013, tanto los contratos a hombres como a mujeres se han incrementado, con tasas del 17,8% y 19,8%, respectivamente.

Por zonas, el 85,7% del total de contratos se han registrado en la Zona de la Costa (27.600 contratos), donde se ha registrado un incremento del 16,8% en términos interanuales, debido al aumento tanto de los contratos a hombres como a mujeres. Por su parte, los contratos realizados en la Zona de Interior (14,3% sobre el total de contratos en la provincia), han aumentado de forma más acusada que en la Costa, con una tasa interanual del 33,8%.

**Cuadro 2.21**  
**Contratos sector turístico por zonas turísticas de Almería**

		Número			Tasa variación en %	
		2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Costa de Almería</b> <sup>(1)</sup>	Hombres	11.088	13.255	12.298	19,5	15,9
	Mujeres	13.960	16.188	15.302	16,0	17,5
	Total	25.048	29.443	27.600	17,5	16,8
<b>Zona Interior (Resto provincia)</b>	Hombres	1.613	1.942	1.994	20,4	31,6
	Mujeres	1.964	2.472	2.593	25,9	35,5
	Total	3.577	4.414	4.587	23,4	33,8
<b>Provincia de Almería</b>	Hombres	12.701	15.197	14.292	19,7	17,8
	Mujeres	15.924	18.660	17.895	17,2	19,8
	Total	28.625	33.857	32.187	18,3	18,9

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir del Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo.

En los tres ámbitos sujetos a este análisis (provincia, costa e interior), los contratos relacionados con las actividades de **restauración** tienen una mayor participación sobre el total del sector turístico. Concretamente, el 57,9% del total de contratos del sector turístico en la provincia correspondían, entre enero y septiembre 2014 al subsector de restauración, con 18.640 contratos, lo que supone un 22,5% más respecto al mismo periodo de 2013. En el caso de la Costa, los contratos de restauración han ascendido a 15.693 contratos, el 56,9% del total de contratos turísticos en esta zona, un 21,5% más en términos interanuales. En la zona del Interior, los contratos de restauración tienen un peso superior al 60% sobre el total de contratos en el sector, y han registrado una favorable trayectoria en los que va de año, ya que se han incrementado un 28,0% en términos interanuales, frente a la caída registrada en 2013 (-6,4%).

**Cuadro 2.22**  
**Contratos de restauración por zonas turísticas de Almería**

		Número			Tasa variación en %	
		2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014
<b>Costa de Almería</b> <sup>(1)</sup>	Hombres	6.220	7.917	7.564	27,3	20,1
	Mujeres	7.003	8.318	8.129	18,8	22,8
	Total	13.223	16.235	15.693	22,8	21,5
<b>Zona Interior (Resto provincia)</b>	Hombres	1.435	1.300	1.277	-9,4	23,6
	Mujeres	1.675	1.610	1.670	-3,9	31,5
	Total	3.110	2.910	2.947	-6,4	28,0
<b>Provincia de Almería</b>	Hombres	7.655	9.217	8.841	20,4	20,6
	Mujeres	8.678	9.928	9.799	14,4	24,2
	Total	16.333	19.145	18.640	17,2	22,5

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir del Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo.

En segundo lugar, se sitúan en importancia los contratos de **alojamientos** que, en el total provincial (donde se han registrado 11.907 contratos, entre enero y septiembre de 2014) tienen un peso del 37,0% sobre el total de contratos en el sector turístico. Los contratos de esta subcategoría también han aumentado en 2014, con una tasa interanual del 16,8%. En el caso de la Costa (con 10.512 contratos, en los nueve primeros meses de 2014) se han incrementado un 12,8% en términos interanuales. Por otra parte, el dato más destacable, es el notable aumento de las contrataciones en alojamientos registradas en el Interior de la provincia, ya que se ha registrado un aumento interanual del 59,6%, habiendo sido aun más intenso el crecimiento a lo largo de 2013, cuando se multiplicaron casi por cuatro respecto a los contratos registrados en 2012.

Cuadro 2.23  
**Contratos de alojamiento por zonas turísticas de Almería**

		Número			Tasa variación en %	
		2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>1</sup>
<b>Costa de Almería</b> <sup>(1)</sup>	Hombres	4.046	4.514	4.273	11,6	14,2
	Mujeres	5.273	6.670	6.239	26,5	11,9
	Total	9.319	11.184	10.512	20,0	12,8
<b>Zona Interior (Resto provincia)</b>	Hombres	109	519	602	376,1	53,6
	Mujeres	194	664	793	242,3	64,5
	Total	303	1.183	1.395	290,4	59,6
<b>Provincia de Almería</b>	Hombres	4.155	5.033	4.875	21,1	18,0
	Mujeres	5.467	7.334	7.032	34,2	16,0
	Total	9.622	12.367	11.907	28,5	16,8

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir del Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo.

En tercer lugar, y con un menor peso sobre el total de contratos del sector turístico, se encuentran los contratos de **servicios turísticos** que, como se ha comentado anteriormente, engloba los contratos relacionados con agencias de viajes, servicios de información turística al visitante, actividades deportivas y de entretenimiento, y que, en el caso de la provincia de Almería, tienen un peso del 5,1% sobre el total de contratos en el sector. Este tipo de contratos no ha seguido una evolución tan favorable ya que, tanto en la provincia como en la Costa han registrado un descenso del 1,0% y el 1,2%, en términos interanuales. No obstante, en el caso del Interior se ha registrado un leve aumento del 0,4%, por el aumento en los contratos realizados a hombres (29,0%), mientras que los realizados a mujeres se han reducido (-14,9%).

Cuadro 2.24  
**Contratos de servicios turísticos por zonas turísticas de Almería**

		Número			Tasa variación en %	
		2012	2013	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2014 <sup>(3)</sup>
<b>Costa de Almería<sup>(1)</sup></b>	Hombres	818	821	456	0,4	-20,4
	Mujeres	1.671	1.186	916	-29,0	12,3
	Total	2.489	2.007	1.372	-19,4	-1,2
<b>Zona Interior (Resto provincia)</b>	Hombres	73	126	120	72,6	29,0
	Mujeres	108	212	148	96,3	-14,9
	Total	181	338	268	86,7	0,4
<b>Provincia de Almería</b>	Hombres	891	947	576	6,3	-13,5
	Mujeres	1.779	1.398	1.064	-21,4	7,5
	Total	2.670	2.345	1.640	-12,2	-1,0

Nota: (1) Costa de Almería incluye 11 municipios: Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, Níjar, Carboneras, Mojácar, Vera, Cuevas del Almanzora, Pulpí, Almería, Garrucha. (2) Datos disponibles hasta septiembre de 2014. (3) Variación disponible respecto al mismo periodo del año anterior.

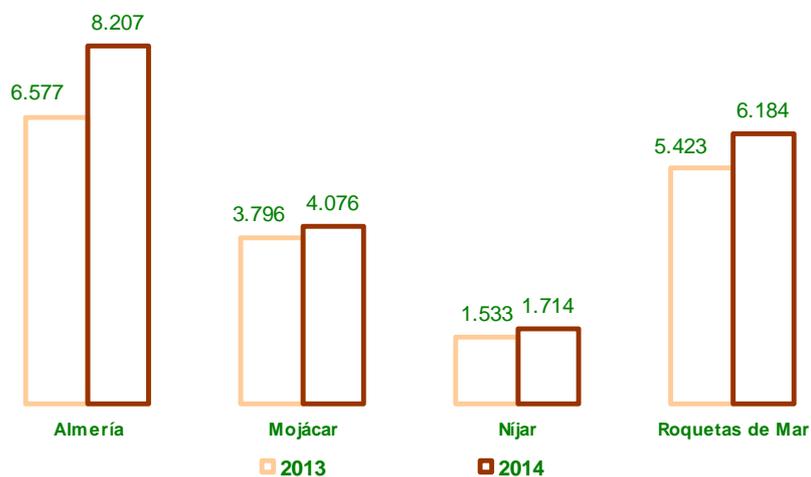
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir del Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo.

Por último, atendiendo a los puntos turísticos de la provincia almeriense, en Almería capital se han registrado 8.207 contratos entre enero y septiembre de 2014, el 25,5% del total de contratos registrados en la provincia, seguido de Roquetas de Mar (19,2%), Mojácar (12,7%) y Níjar (5,3%). En términos interanuales, se ha registrado un aumento en estos cuatro puntos turísticos, pero sólo Almería capital ha registrado un aumento relativo por encima del registrado por el conjunto de la provincia, donde la tasa interanual ha ascendido al 24,8%.

Por subsectores, en lo que va de año (hasta el mes de septiembre), los contratos de restauración tienen un mayor peso en Níjar (73,9%) Almería capital (63,6%) y Roquetas de Mar (51,0%), mientras que el municipio de Mojácar tienen mayor representatividad los contratos de alojamientos, con un peso del 74,9%.



GRÁFICO 2.54  
Contratos en el sector turístico\* por puntos: comparativa 2013-2014\*\*  
(Nº total de contratos)

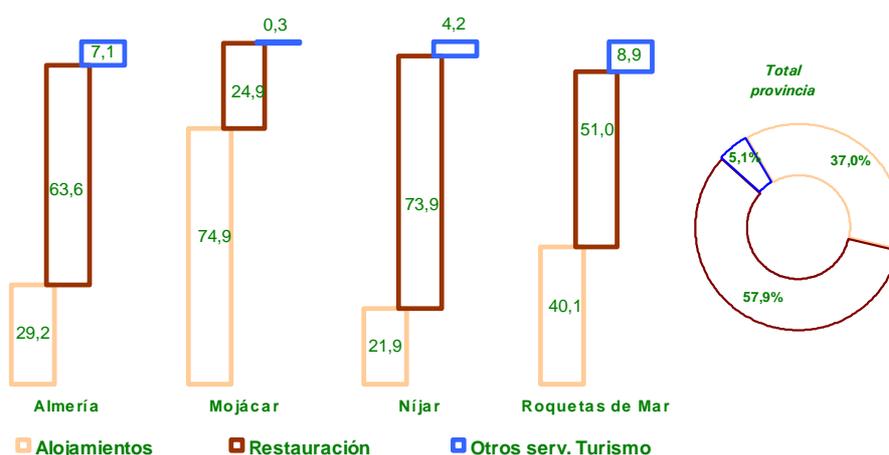


\* Comprende los contratos registrados en restauración, alojamientos y otros servicios turísticos.

\*\* Datos disponibles hasta septiembre para ambos años.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

**GRÁFICO 2.55**  
**Distribución de los contratos en el sector turístico**  
**por ramas de actividad y puntos**  
(Porcentajes sobre el total en 2014\*)



\* Datos disponibles hasta septiembre de 2014.  
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir del Observatorio Argos, Servicio Andaluz de Empleo.

## 2.5 Previsiones de demanda e Indicador Sintético de Actividad Turística en Almería

Como se ha comentado anteriormente, entre enero y septiembre de 2014, la demanda en establecimientos hoteleros de la provincia de Almería ha mostrado un significativo crecimiento respecto al mismo periodo de 2013. El número de viajeros ha crecido a mayor ritmo que en el conjunto regional, si bien el número de pernoctaciones hoteleras ha experimentado un crecimiento similar, en torno al 4%, en ambos casos algo más de un punto por encima del incremento registrado en el conjunto de España.

De este modo, y a falta de conocer la información estadística relativa al último trimestre del año, el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de Almería podría superar los 1,1 millones en el conjunto de 2014, lo que supondría un crecimiento anual del 7,6%. Por su parte, el número de pernoctaciones estaría próximo a los 4,6 millones, casi 180.000 más que en 2013, lo que, en términos relativos, representa un aumento del 4% (similar al crecimiento previsto para Andalucía). Casi las tres cuartas partes de estas pernoctaciones corresponderían a residentes en España, frente al 51% que representan en el conjunto de la región andaluza, estimándose un mayor ritmo de crecimiento para la demanda nacional que para la extranjera (4,7% y 2,1%, respectivamente). En el caso de Andalucía,

también se observa una trayectoria similar, con un crecimiento estimado para la demanda nacional del 4,4%, en tanto que la demanda extranjera crecerá en el conjunto del año un 3,6%.



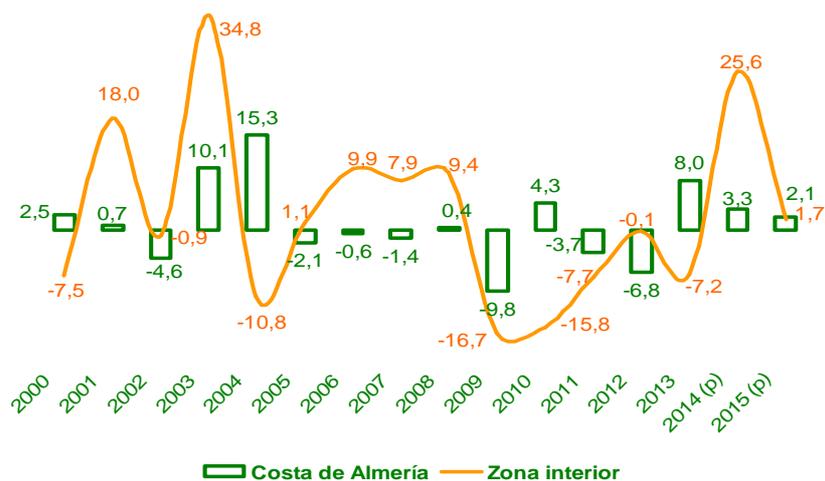
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Algo más del 95% de la demanda hotelera de la provincia se concentra en el litoral, por lo que la trayectoria de esta zona define en gran medida la evolución de la actividad turística en Almería, observándose un perfil similar en ambos casos. En concreto, la Costa de Almería (zona turística que incluye 11 municipios, entre ellos la ciudad de Almería) recibirá en el conjunto de 2014 casi 1,1 millones, cifra que representa un aumento del 6,5% respecto a 2013, superándose los 4,4 millones de pernoctaciones. Al igual que en el conjunto de la provincia, el crecimiento previsto de las pernoctaciones (3,3%) será más intenso en el caso de los residentes en España (3,9%) que en el extranjero (1,9%).

Tras el descenso observado en la zona de interior en 2013, el crecimiento previsto para 2014 es bastante más acusado que el estimado para la costa, aunque esta zona no llega a suponer ni el 5% de las pernoctaciones de la provincia. Así, el interior de la provincia acogería en 2014 a un total de 54.255 viajeros, en torno a 14.000 más que en 2013, lo que supondría una variación del 35% en términos relativos. Las pernoctaciones ascenderían a 170.411, un 25,6% más que en el año anterior, destacando el crecimiento de la demanda nacional (28,4%), frente al aumento más moderado de la demanda extranjera (9%).



GRÁFICO 2.57  
Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Almería: Previsiones 2014-2015  
(Tasas de variación anual en %)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Cuadro 2.25  
**Previsiones de demanda hotelera en Almería**

				Tasas de variación interanual en %		
	2013	2014 (p)	2015 (p)	2013	2014 (p)	2015 (p)
<b>PROVINCIA DE ALMERÍA</b>						
Viajeros alojados en establecimientos hoteleros	1.057.691	1.137.745	1.181.480	4,2	7,6	3,8
Pernoctaciones hoteleras	4.413.893	4.591.280	4.688.569	7,5	4,0	2,1
<i>Residentes en España</i>	3.232.897	3.385.980	3.452.141	0,3	4,7	2,0
<i>Residentes en el extranjero</i>	1.180.995	1.205.300	1.236.428	33,8	2,1	2,6
<b>COSTA DE ALMERÍA</b>						
Viajeros alojados en establecimientos hoteleros	1.017.506	1.083.490	1.122.907	4,6	6,5	3,6
Pernoctaciones hoteleras	4.278.210	4.420.869	4.515.221	8,0	3,3	2,1
<i>Residentes en España</i>	3.116.896	3.237.019	3.300.704	0,8	3,9	2,0
<i>Residentes en el extranjero</i>	1.161.314	1.183.850	1.214.517	33,9	1,9	2,6
<b>ZONA INTERIOR</b>						
Viajeros alojados en establecimientos hoteleros	40.185	54.255	58.573	-5,2	35,0	8,0
Pernoctaciones hoteleras	135.683	170.411	173.348	-7,2	25,6	1,7
<i>Residentes en España</i>	116.001	148.961	151.437	-11,2	28,4	1,7
<i>Residentes en el extranjero</i>	19.681	21.450	21.911	26,6	9,0	2,1
<b>CIUDAD DE ALMERÍA</b>						
Viajeros alojados en establecimientos hoteleros	259.228	284.847	292.312	-0,5	9,9	2,6
Pernoctaciones hoteleras	641.072	697.045	713.325	4,1	8,7	2,3
<i>Residentes en España</i>	478.879	534.320	542.328	-2,1	11,6	1,5
<i>Residentes en el extranjero</i>	162.193	162.726	170.996	28,0	0,3	5,1

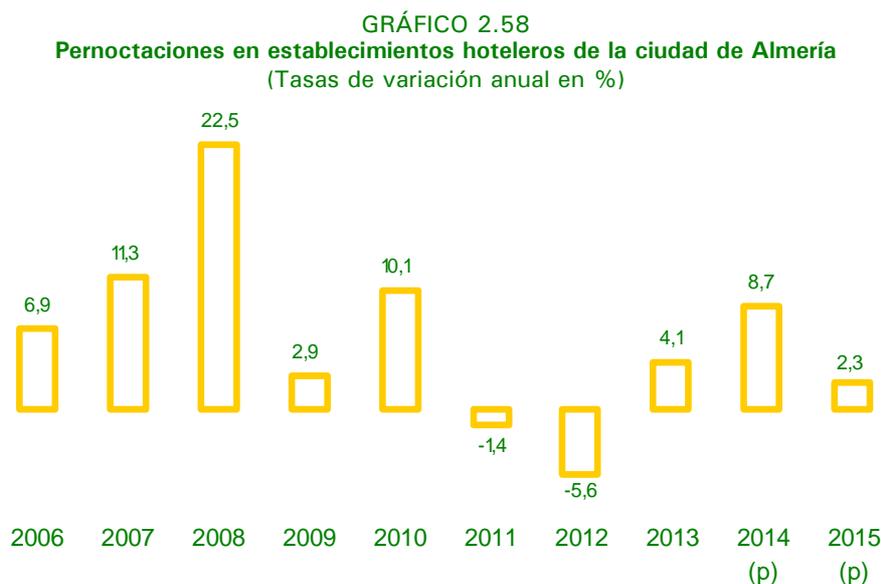
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

En cuanto a 2015, las previsiones apuntan a un mantenimiento del perfil creciente de la demanda observado en 2014, aunque se moderaría el ritmo de crecimiento. De esta forma, el próximo año la provincia podría albergar en sus establecimientos hoteleros a casi 1,2 millones de viajeros, lo que supondría casi un 4% más que en el conjunto de 2014, en tanto que se registrarían en torno a 4,7 millones de pernoctaciones. Se estima así un crecimiento de las pernoctaciones del 2,1%, algo menos acusado que el previsto para el conjunto de la región (2,9%), anticipándose además un crecimiento ligeramente más intenso de la demanda extranjera (2,6%) que de la nacional (2%), al contrario de lo ocurrido en 2014.

Respecto a las distintas zonas analizadas, es previsible que la demanda continúe creciendo, tanto en la Costa de Almería como en el interior, aunque a ritmos más moderados que en 2014, como se ha señalado para el conjunto de la provincia. Pero, a diferencia de lo observado a lo largo de 2014, el incremento de las pernoctaciones sería ligeramente más intenso en litoral que en el interior, con tasas previstas del 2,1% y 1,7%, respectivamente, creciendo en ambos casos a mayor ritmo la demanda

extranjera, aunque la demanda nacional seguiría representando más de las tres cuartas partes de las pernoctaciones hoteleras.

En lo que se refiere a la ciudad de Almería, se aprecia también un comportamiento favorable de la demanda hotelera, estimándose para el conjunto de 2014 un total de viajeros en torno a los 285.000, casi un 10% más que en 2013, que realizarían casi 700.000 pernoctaciones, lo que supondría un incremento anual cercano al 9%. También la demanda interna muestra un mayor dinamismo, estimándose un aumento cercano al 12% en 2014, mientras que la demanda extranjera se habría mostrado más estable. Es previsible que esta tendencia se mantenga a lo largo de 2015, de forma que se prevén incrementos de viajeros y pernoctaciones superiores al 2%, esperándose también un mayor crecimiento de la demanda extranjera.



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

Por otra parte, y como se ha señalado anteriormente, se ha procedido a calcular el Indicador Sintético de Actividad Turística en un intento de englobar en un solo indicador toda la información que se desprende de las distintas variables relativas a la actividad turística, lo que permite apreciar la evolución del sector desde una perspectiva global. Así, y al igual que ha ocurrido en el conjunto de la región, desde el año 2010 la actividad turística ha venido mostrando un mayor dinamismo que el conjunto de la economía almeriense, ya que, con excepción de 2012, la actividad habría crecido a lo

largo de estos años, mientras que el PIB ha continuado disminuyendo. De este modo, *Analistas Económicos de Andalucía* estima que el PIB de la provincia podría haber descendido un 9% entre los años 2008 y 2013, mientras que el Indicador Sintético arroja un descenso de la actividad turística más moderado, en torno al 2%.

**GRÁFICO 2.59**  
**Evolución del PIB y del Indicador Sintético de Actividad Turística en Almería**  
(Tasas de variación anual en %)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*.

Este perfil de la actividad turística se habría mantenido a lo largo de 2014, de forma que el Indicador Sintético de Actividad Turística estima un crecimiento del 2,3% para la provincia almeriense, cuatro décimas inferior al aumento estimado para Andalucía. Esto se debe a que, aunque la demanda en establecimientos hoteleros ha crecido a mayor ritmo en la provincia, el crecimiento previsto en los países emisores de turistas de la provincia, ha sido más moderado que el crecimiento previsto en los países emisores de turistas de Andalucía, donde por ejemplo Reino Unido tiene una especial relevancia. De igual modo, este crecimiento resulta en torno a un punto superior al crecimiento del PIB previsto para Almería (1,3%). Obviamente, y dado el peso que la Costa de Almería tiene en el conjunto de la demanda turística de la provincia, este crecimiento previsto de la actividad turística en Almería sería muy similar al estimado para el litoral almeriense (2,4%), en tanto que en el interior la actividad crecería a un ritmo algo más moderado (1,8%). Por su parte, el Indicador Sintético arroja un incremento del 2% para la ciudad de Almería, un crecimiento más intenso que el observado en 2013, como ocurre en el resto de ámbitos.

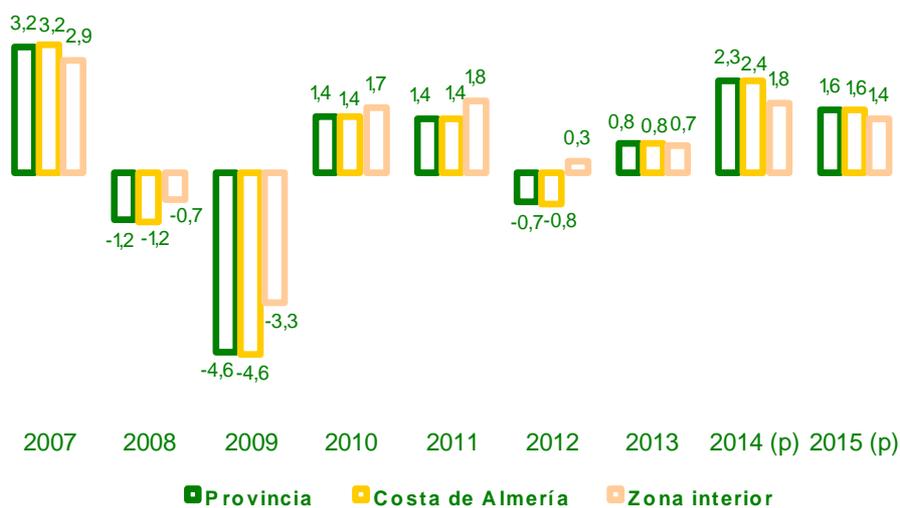
Cuadro 2.26  
**Indicador Sintético de Actividad Turística**  
Tasas de variación anual en %

	Ciudad de Almería	Provincia de Almería	Costa de Almería	Zona interior
2001	--	2,7	2,7	2,4
2002	--	1,7	1,7	1,3
2003	--	2,9	2,9	2,5
2004	--	3,7	3,8	3,1
2005	--	3,3	3,3	3,2
2006	3,7	3,4	3,4	3,4
2007	3,7	3,2	3,2	2,9
2008	-0,4	-1,2	-1,2	-0,7
2009	-3,4	-4,6	-4,6	-3,3
2010	1,7	1,4	1,4	1,7
2011	1,3	1,4	1,4	1,8
2012	-0,6	-0,7	-0,8	0,3
2013	0,3	0,8	0,8	0,7
2014 (p)	2,0	2,3	2,4	1,8
2015 (p)	1,4	1,6	1,6	1,4

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*

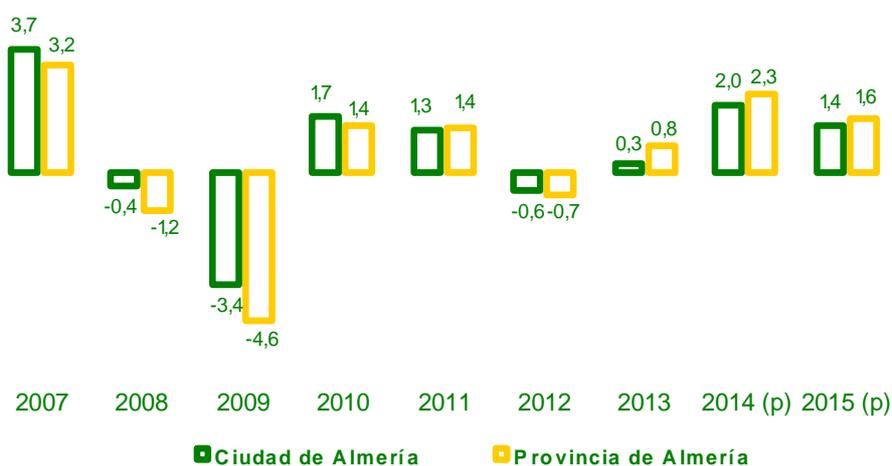
Finalmente, y en lo que respecta a las perspectivas para 2015, las estimaciones del Indicador Sintético de Actividad Turística para la provincia apuntan, al igual que en Andalucía, a un crecimiento algo más moderado que el registrado en 2014, concretamente del 1,6%, estimándose una tasa similar para la Costa de Almería y un crecimiento levemente inferior para el interior (1,4%). En cuanto a la capital almeriense, se anticipa un aumento de la actividad turística del 1,4%, seis décimas inferior al estimado para el conjunto de 2014. En definitiva, y a falta de conocer alguna información relativa al próximo año, que permita afinar más estas estimaciones, es previsible que en los próximos meses se mantenga el dinamismo de la actividad turística observado en años anteriores.

**GRÁFICO 2.60**  
**Indicador Sintético de Actividad Turística en la provincia de Almería por zonas**  
(Tasas de variación anual en %)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*

**GRÁFICO 2.61**  
**Indicador Sintético de Actividad Turística en la ciudad de Almería**  
(Tasas de variación anual en %)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*

---

## **Capítulo 3.** Impacto económico del gasto turístico en la provincia de Almería

---

### **3. Impacto económico del gasto turístico en la provincia de Almería**

#### **3.1 Introducción (análisis input-output y estudios de impacto)**

Los estudios de impacto económico tratan de estimar los efectos derivados de una actividad o sector sobre un área económica, durante un determinado periodo de tiempo. El desarrollo de esta metodología en el sector del turismo ha experimentado un gran auge a lo largo de los últimos años, en los que ha crecido la preocupación por establecer sistemas de medición que permitan realizar comparaciones rigurosas entre los distintos ámbitos analizados y entre las actividades turísticas y su relación con el resto de la economía. El amplio consenso existente por parte de las instituciones públicas internacionales (OCDE, Eurostat y la Organización Mundial del Turismo) y empresariales (World Travel & Tourism Council, WTTC), acerca de la necesidad de avanzar en este sentido, tuvo como resultado la aprobación del documento “Cuenta Satélite del Turismo: Referencias Metodológicas”, elaborado por la Comisión de Estadísticas de Naciones Unidas en 2000, y que ha servido como marco de referencia para desarrollar instrumentos de medición comparables y homogéneos, como es el caso de las Cuentas Satélite del Turismo de España y de Andalucía.

Además de esta metodología, el modelo empleado para la estimación del impacto económico del turismo se apoya en el análisis input-output, que incorpora una modelización explícita de las relaciones intersectoriales que tienen lugar dentro del sistema económico, superando una de las principales limitaciones de otros enfoques (modelos keynesianos). De este modo, pueden obtenerse resultados desagregados sectorialmente para los efectos directos e indirectos del consumo turístico. Este tipo de modelos presenta la ventaja de partir de un marco metodológico más coherente y de mayor alcance, siendo, además, homogéneo a nivel internacional, lo que facilita las comparaciones de los resultados obtenidos.

Al margen del enfoque metodológico, conviene reseñar que el estudio del impacto económico del turismo ha partido generalmente de la consideración de esta actividad desde una perspectiva de demanda. En este sentido, el consumo turístico es el origen de los efectos que se producen sobre la producción y el empleo en la economía de destino. Por tanto, el análisis de impacto pretende conocer el alcance económico y los efectos que genera dicho consumo turístico sobre la economía del área analizada, distinguiendo entre los denominados efectos directos e indirectos. Los primeros son los que se producen sobre las actividades económicas que atienden directamente la demanda turística,

mientras que los efectos indirectos serían aquellos que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir del impacto directo, es decir, se corresponden con los impactos multiplicadores generados sobre otras ramas de actividad.

En definitiva, la importancia del sector turístico en la economía no se limita a sus efectos directos, tales como la aportación al crecimiento de la producción y a la generación de empleo, sino que, al tratarse de una actividad transversal, tiene una gran incidencia sobre la actividad y el empleo de muchas ramas productivas, con las que el turismo mantiene una relación de interdependencia. Este efecto, al repetirse de manera recurrente, multiplicará la influencia del efecto directo sobre otros sectores productivos, de manera que a través de este análisis puede aproximarse en qué medida el sector turístico contribuye a dinamizar el conjunto de la economía provincial y comarcal.

Al abordar los análisis de impacto de un sector se recurre a los multiplicadores, para tratar de determinar el coeficiente o proporción por el que habrá que multiplicar cualquier gasto inicial en el sector para acabar obteniendo el efecto acumulativo sobre la producción, a lo largo de un período de tiempo. Para analizar estos impactos, el marco input-output ofrece un enfoque que constituye un análisis de equilibrio general, que permite no sólo calcular los efectos totales sobre el conjunto de la economía, sino también determinar los efectos individuales sobre sectores concretos y calcular los requerimientos de empleo.

La aplicación de la metodología señalada al área geográfica objeto del estudio, la provincia de Almería, presenta algunas dificultades, ya que la estimación de las Tablas Input Output y de la Cuenta Satélite del Turismo suele realizarse para ámbitos nacionales y regionales, siendo más complicada su elaboración para territorios de menor tamaño, de ahí que no exista información de este tipo para provincias. Por ello, se han aplicado las tablas TIO de Andalucía 2008 y la Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2005 al caso de la provincia de Almería, metodología que permitirá establecer un marco de relaciones intersectoriales del sector turístico, de gran utilidad para el estudio desde un punto de vista estructural. El período que se toma como referencia es el año 2014, ya que es el último con información estadística disponible para el sector turístico, si bien se ha realizado una estimación para contar con datos del año completo al objeto de contar con información reciente que permita medir la repercusión que ha tenido el gasto turístico en la economía de la provincia de Almería durante un año completo y cuantificar, de esta forma, el impacto que representa en términos de producción y de empleo.

### **3.2. Distribución del gasto turístico en la provincia de Almería**

El análisis de impacto económico del sector turístico se basa en un enfoque de demanda, ya que para estudiar la repercusión del sector en la economía de un territorio se toma como punto de partida el consumo de los turistas, siendo necesario, por un lado, estimar el gasto turístico que realizan los visitantes en el área geográfica de destino, en este caso la provincia de Almería; y, por otro, conocer la distribución de dicho gasto en función de la naturaleza de los productos a los que se dirige y que componen la demanda turística. Obtener esta información constituye un paso previo imprescindible para abordar, posteriormente, el estudio de impacto desde la óptica de la oferta, en el que se analizarán las ramas de actividad que suministran bienes o servicios a los turistas, así como el incremento generado en las mismas para satisfacer la demanda de los visitantes, en términos de producción y de empleo.

La información disponible para la actividad turística de la provincia de Almería no permite conocer la cuantía del gasto o demanda que realizan los turistas en la provincia, por lo que se hace necesario realizar estimaciones de estas variables. La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) proporciona algunas de las variables que pueden permitir una aproximación adecuada a la estimación de estas magnitudes.

En concreto, por lo que se refiere a 2014, a partir de la mencionada ECTA, se estima que el número de turistas que pernoctaron en Andalucía se sitúa en torno a 23,6 millones, con una estancia media de 9 días, que realizaron en conjunto 211,7 millones de pernoctaciones en 2014 (para el último trimestre de este ejercicio los datos son estimados). De estas magnitudes, a la provincia de Almería le corresponden en torno al 8,6% de los turistas y, dado que registra la misma estancia media (9 días), asimismo le corresponderían el 8,6% de las pernoctaciones estimadas en Andalucía.

Así pues, la estimación realizada por *Analistas Económicos de Andalucía* cifra el número de turistas que se alojaron en la provincia en torno a 2 millones, situándose en 18,2 millones las pernoctaciones realizadas por los mismos. El resultado de la estimación de dichas variables, en el caso de la ciudad de Almería, pone de manifiesto la importancia que la misma tiene en el conjunto provincial, en la medida en que los turistas y las pernoctaciones, para dicha área, se estiman en el 24,9% y el 15,1% del conjunto provincial, es decir, 0,5 millones de turistas y 2,8 millones de pernoctaciones en 2014. Desde otra perspectiva, si se segmentan las zonas turísticas entre costa e interior, se constata un peso muy

superior de la primera, que aglutina 1,9 millones de turistas y 17,6 millones de pernoctaciones, frente a los 0,1 y 0,7 millones de turistas y pernoctaciones que se registran, respectivamente, en los municipios de interior.

La estimación del gasto turístico se obtiene de multiplicar el número de turistas por el número de días que permanecen en el destino y por el gasto medio diario que realizan. Combinando estas tres variables se obtienen las siguientes cifras de gasto turístico agregado en 2014: para Andalucía, unos 12.654,4 millones de euros; para el conjunto de la provincia de Almería, alrededor de 928,8 millones de euros; para la capital almeriense, 130,8 millones de euros. Es decir, la provincia recibe el 7,3% del gasto turístico de Andalucía, y la capital el 14,1% del gasto realizado en la provincia. Diferenciando por áreas, la zona de la costa de Almería concentra la mayor parte del gasto turístico de la provincia, unos 884,1 millones de euros, mientras que los municipios de interior acumulan 44,7 millones de euros.

**CUADRO 3.1**

**Estimación del gasto turístico en 2014**

	Turistas* (Millones)	Pernoctaciones* (Millones)	Estancia media (Días)	Gasto medio diario (€)	Gasto turístico (Millones €)
Ciudad de Almería	0,5	2,8	5,4	47,53	130,79
Zona Costa	1,9	17,6	9,1	50,34	884,14
Zona Interior	0,1	0,7	7,1	67,26	44,70
Provincia Almería	2,0	18,2	9,0	50,96	928,84
Andalucía	23,6	211,7	9,0	59,78	12.654,39
<i>Participación (%)</i>					
Provincia/Andalucía	8,6	8,6	-	-	7,3
Capital/Provincia	24,9	15,1	-	-	14,1

\* Previsiones de turistas y pernoctaciones para 2014.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*

Una vez estimado el gasto turístico, es preciso identificar las actividades sobre las que recae, en mayor medida, el consumo de los visitantes de la provincia. Para ello, la información que facilita la Consejería de Turismo y Comercio, a través de la Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2005 (última publicada), permite conocer la distribución del gasto turístico distinguiendo en función de los productos a los que se destina. Estos datos resultan de gran interés, desde un punto de vista estructural, para catalogar la importancia de cada rama productiva en el consumo turístico, permitiendo obtener una distribución que puede aplicarse al gasto turístico de la provincia, dado que no existe una fuente estadística que presente este detalle para dicho ámbito.

Así, en función de la naturaleza de los bienes y servicios demandados, la CSTA 2005 distingue entre *productos específicos* para el turismo, que son aquéllos directamente ligados con su actividad, tales como: servicios de alojamiento; servicios de provisión de alimentos y bebidas; transporte y servicios asociados (incluido el alquiler de vehículos); servicios de organización de viajes y guías turísticos; y servicios recreativos y culturales; y, por otra parte, un segundo grupo que recoge los *productos no específicos* (que hace referencia a otros bienes y servicios que, sin estar vinculados directamente con el sector turístico, representan una cuota significativa sobre el consumo de los turistas y que se identifican principalmente con la compra de diversos bienes y servicios).

**CUADRO 3.2**  
**Distribución del consumo turístico por productos**  
(Porcentajes)

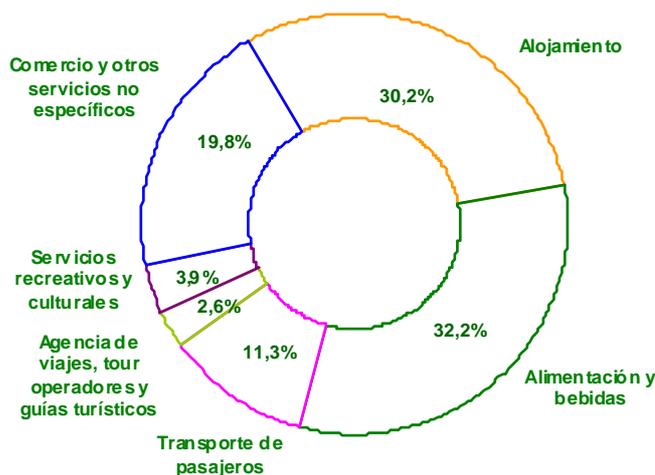
<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>80,2</b>
<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>30,2</b>
Hoteles y similares	21,3
Servicios de alquiler inmobiliario	8,9
<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>32,2</b>
<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>11,3</b>
Interurbano por ferrocarril	0,8
Carretera	3,0
Marítimo	1,3
Aéreo	5,2
Alquiler de bienes de equipo de transporte	1,1
<b>Agencia de viajes, tour operadores y guías turísticos</b>	<b>2,6</b>
<b>Servicios culturales, recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>3,9</b>
<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>19,8</b>
Compra de alimentos	6,8
Compra de combustibles	3,5
Compra de otros bienes	4,5
Servicios	5,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Cuentas Satélite del Turismo de Andalucía 2005, IECA.

Atendiendo a esta clasificación, el consumo turístico se distribuye de la manera en que se muestra en el cuadro 3.2. Analizando este perfil de consumo de los turistas, si consideramos los *productos específicos* es posible identificar cinco grandes actividades a las que se destina el gasto turístico, entre las que destacan, por encima del resto, las partidas destinadas a los servicios de provisión de

alimentación y bebidas (32,2%) y a los servicios de alojamiento (30,2%), permitiendo diferenciar en esta última entre la mayor participación correspondiente a los hoteles (21,3%) y el menor peso de los servicios de alquiler inmobiliario (8,9%). A continuación, le sigue el gasto destinado a los servicios de transporte de pasajeros (11,3%), el relacionado con los servicios de cultura y ocio (3,9%) y con la actividad de las agencias de viajes (2,6%). Por otra parte, el consumo destinado a los productos no específicos representa casi una quinta parte del total del gasto turístico (19,8%).

**GRÁFICO 3.1**  
**Distribución del gasto turístico por productos**  
(Porcentajes)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2005.

De este modo, la desagregación del gasto turístico por actividades económicas puede obtenerse al aplicar esta distribución del consumo turístico sobre la estimación de gasto total realizada anteriormente para cada uno de los ámbitos analizados, tal y como se detalla en el cuadro 3.3. Así, de los 928,8 millones de euros que constituyen el gasto turístico en la provincia de Almería, en torno a 299,3 millones de euros se destinan a los servicios de restauración y 280,7 millones a los servicios de alojamiento, mientras que al transporte le corresponden 105,0 millones de euros y se asignan cantidades inferiores a los servicios de ocio y culturales y a los servicios de agencias de viajes, con 36,3 y 24,3 millones de euros, respectivamente. Por su parte, los productos no específicos alcanzan un montante de 183,8 millones de euros en la provincia.

Esta información, que representa la demanda que realizan los visitantes, tanto de forma agregada como por actividades, permitirá cuantificar cuál es el volumen de producción y de empleo necesario que debe alcanzar la economía de la provincia de Almería, y de cada una de las áreas analizadas (capital, costa e interior) para satisfacer dicha demanda, diferenciando entre el impacto que genera sobre cada una de las ramas suministradoras de bienes y servicios turísticos y sobre el conjunto de la economía provincial.

**CUADRO 3.3**  
**Estructura del gasto turístico, 2014**  
(Millones de euros)

Actividades	Ciudad de Almería	Zona Costa	Zona Interior	Provincia Almería	Andalucía
Alojamiento	39,5	267,0	13,5	280,5	3.821,63
Restauración	42,1	284,7	14,4	299,1	4.074,71
Transporte	14,8	99,9	5,1	105,0	1.429,95
Agencias de viajes	3,4	23,0	1,2	24,1	329,01
Servicios de ocio, recreativos y culturales	5,1	34,5	1,7	36,2	493,52
Comercio y otros servicios no específicos	25,9	175,1	8,8	183,9	2.505,57
<b>Total</b>	<b>130,8</b>	<b>884,1</b>	<b>44,7</b>	<b>928,8</b>	<b>12.654,39</b>

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía.*

### 3.3. Impacto sobre la producción: efectos directos e indirectos

A continuación, partiendo de los datos anteriores, se abordará el análisis de impacto económico para estimar el peso del turismo sobre la actividad económica de la provincia de Almería, centrado en la repercusión de la demanda turística sobre la producción total y el empleo del área analizada. Para ello, se ha empleado una metodología basada en el análisis input-output<sup>2</sup>, que permitirá obtener una visión más completa de la incidencia del sector sobre el conjunto de la economía, dado que el estudio no puede limitarse a una mera estimación del consumo de los turistas, puesto que el turismo es un sector transversal, lo que significa que distintas ramas de actividad participan en la oferta de servicios a los turistas, al tiempo que realizan la producción de otros bienes o servicios que no tienen que ver con la actividad turística. Es decir, el desembolso inicial que representa el gasto turístico (efectos directos) genera adicionalmente una serie de transacciones intersectoriales, de compras y ventas entre ramas, que son necesarias para satisfacer la demanda turística. La consideración de estos efectos denominados

<sup>2</sup> Ver Anexo: Metodología Tablas Input-Output.

indirectos es esencial para evaluar con precisión el impacto real de las actividades turísticas sobre el total de la economía.

Bajo este enfoque, el consumo de los turistas en la provincia de Almería ha generado una producción total de 1.405,6 millones de euros para el conjunto de la economía en 2014, de los que 928,8 millones de euros constituyen el efecto directo sobre la producción correspondiente al consumo estimado inicialmente, mientras que el resto es la producción generada de forma indirecta por el turismo sobre otras ramas productivas, valorada en 476,7 millones de euros. En términos de empleo, el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo para satisfacer estas necesidades de producción se cuantifica en 15.278, siendo 11.070 empleos directos y 4.208 indirectos.

Por actividades, el impacto más significativo se observa en las ramas relacionadas con el alojamiento y la restauración, donde la producción necesaria para dar cobertura a la demanda turística asciende a 338,6 y 303,0 millones de euros, respectivamente, lo que supone unos requerimientos de empleo de 3.687 y 3.293 personas, en cada caso. En las demás ramas específicas del sector turístico el impacto generado es inferior, tanto desde la óptica de la producción como del empleo; con 145,8 millones de euros y 1.146 empleos en los servicios de transporte; 45,0 millones de euros y 430 puestos de trabajo en los servicios de ocio, recreativos y culturales; y una producción de 27,1 millones de euros y 248 empleos en la rama de agencias de viajes. Por otra parte, las actividades no específicas, como el comercio y otros servicios, cuentan con un volumen de producción relevante, que asciende a 290,7 millones de euros, cifra que representa un empleo asociado de 4.145 puestos de trabajo, la cifra más alta de las ramas consideradas. Por último, el impacto que genera el gasto turístico sobre el resto de actividades que conforman la economía provincial representa 255,3 millones de euros en términos de producción y 2.328 empleos.

**CUADRO 3.4**  
**Cuantificación del impacto directo e indirecto generado por el gasto turístico en la provincia de Almería, 2014**

	Producción (millones de euros)			Empleo (1)		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Alojamiento	280,5	58,1	338,6	3.337	350	3.687
Restauración	299,1	4,0	303,0	3.253	40	3.293
Transporte	105,0	40,8	145,8	766	381	1.146
Agencias de viajes	24,1	3,0	27,1	221	27	248
Servicios de ocio, recreativos y culturales	36,2	8,8	45,0	345	85	430
Comercio y otros servicios no específicos	183,9	106,8	290,7	3.150	995	4.145
Resto actividades	-	255,3	255,3	-	2.328	2.328
<b>Total</b>	<b>928,8</b>	<b>476,7</b>	<b>1.405,6</b>	<b>11.070</b>	<b>4.208</b>	<b>15.278</b>

(1) Requerimientos de empleo equivalente a tiempo completo para ese volumen de producción.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*.

En el caso de la capital, la producción necesaria para poder atender la demanda de bienes y servicios realizada por los turistas alcanzó los 197,9 millones de euros, de los que 130,8 millones de euros representan el impacto directo sobre las ramas específicas del turismo y 67,1 millones de euros están relacionados con el impacto indirecto como consecuencia de la interacción del turismo, tanto con su propio sector como con otras ramas de la economía. Desde la óptica del empleo, la demanda turística ha generado 2.151 puestos de trabajo a tiempo completo para obtener los niveles de producción requeridos, siendo 1.559 directos y 593 indirectos.

Diferenciando por actividades, las ramas específicas del turismo con un volumen de producción mayor son los servicios de alojamiento y los de restauración, con 47,7 y 42,7 millones de euros en cada caso, contribuyendo a la creación de 519 y 464 puestos de trabajo a tiempo completo. A continuación, el impacto sobre los servicios de transporte se cuantifica en una producción de 20,5 millones de euros y 161 empleos, mientras que en los servicios de ocio y en las agencias de viaje se han generado 6,3 y 3,8 millones de euros, respectivamente, y se han requerido 61 y 35 puestos de trabajo equivalentes para alcanzar dichos niveles de producción. En cuanto a las actividades no vinculadas en sentido estricto con el turismo, el comercio y otros servicios han contribuido con 40,9 millones de euros a la producción total de la provincia sin Almería, siendo la actividad más relevante desde la perspectiva de la generación de empleo, con 584 puestos de trabajo. En el resto de ramas productivas de la economía, la interacción con la actividad turística ha permitido generar unos efectos indirectos que pueden valorarse en una producción adicional de 36,0 millones de euros y 328 empleos.

**CUADRO 3.5**  
**Cuantificación del impacto directo e indirecto generado por el gasto turístico en la ciudad de Almería, 2014**

	Producción (millones de euros)			Empleo (1)		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Alojamiento	39,5	8,2	47,7	470	49	519
Restauración	42,1	0,6	42,7	458	6	464
Transporte	14,8	5,7	20,5	108	54	161
Agencias de viajes	3,4	0,4	3,8	31	4	35
Servicios de ocio, recreativos y culturales	5,1	1,2	6,3	49	12	61
Comercio y otros servicios no específicos	25,9	15,0	40,9	444	140	584
Resto actividades	0,0	36,0	36,0	0	328	328
<b>Total</b>	<b>130,8</b>	<b>67,1</b>	<b>197,9</b>	<b>1.559</b>	<b>593</b>	<b>2.151</b>

(1) Requerimientos de empleo equivalente a tiempo completo para ese volumen de producción.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*.

Si se consideran las dos zonas turísticas de la provincia, la mayor demanda registrada en la costa se traduce, lógicamente, en un mayor impacto económico en la misma, con relación a la zona interior. Así, el gasto turístico en la costa genera una producción total de 1.337,9 millones de euros, de los que 884,1 millones de euros tienen su origen en el efecto directo que representa el consumo turístico sobre la producción y 453,8 millones de euros se generan adicionalmente, como consecuencia del efecto indirecto sobre otras ramas de la economía. En términos de empleo, para atender los niveles de producción que genera la demanda turística se requieren 14.538 puestos de trabajo, de los que 10.538 son directos y 4.005 indirectos.

**CUADRO 3.6**  
**Cuantificación del impacto directo e indirecto generado por el gasto turístico en la Zona Costa de Almería, 2014**

	Producción (millones de euros)			Empleo (1)		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Alojamiento	267,0	55,3	322,3	3.176	334	3.510
Restauración	284,7	3,8	288,5	3.096	38	3.135
Transporte	99,9	38,8	138,7	729	362	1.091
Agencias de viajes	23,0	2,8	25,8	210	26	236
Servicios de ocio, recreativos y culturales	34,5	8,3	42,8	328	81	409
Comercio y otros servicios no específicos	175,1	101,7	276,7	2.998	947	3.946
Resto actividades		243,1	243,1	0	2.216	2.216
<b>Total</b>	<b>884,1</b>	<b>453,8</b>	<b>1.337,9</b>	<b>10.538</b>	<b>4.005</b>	<b>14.543</b>

(1) Requerimientos de empleo equivalente a tiempo completo para ese volumen de producción.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*.

En lo que concierne a la zona interior, la producción total asciende a 67,6 millones de euros, 44,7 directos y 22,9 indirectos, mientras que, desde la perspectiva del empleo, para atender esta demanda son necesarios 735 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, de los que 533 empleos se encuentran directamente relacionados con las ramas de la actividad turística y 202 son indirectos, generados en otras ramas productivas.

**CUADRO 3.7**  
**Cuantificación del impacto directo e indirecto generado por el gasto turístico en la Zona Interior de Almería, 2014**

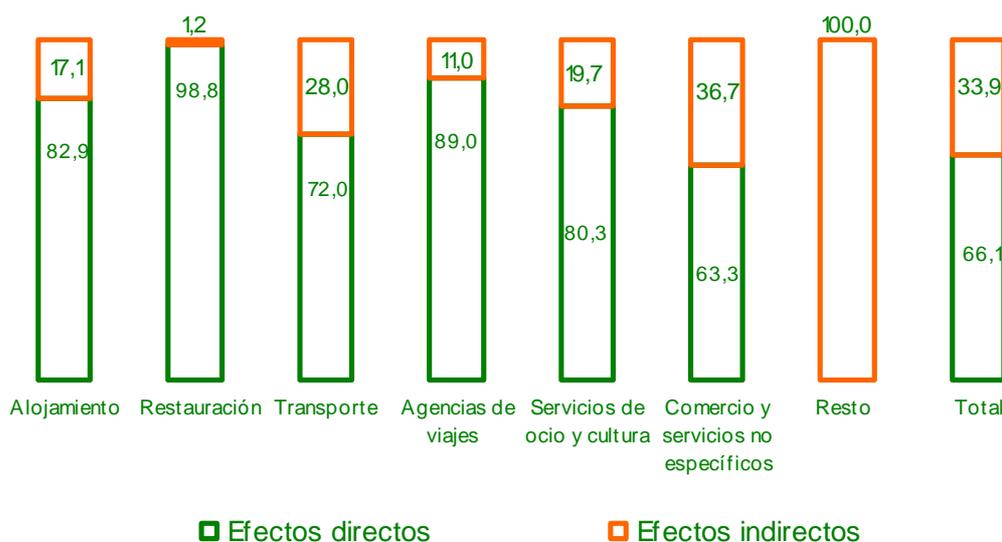
	Producción (millones de euros)			Empleo (1)		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Alojamiento	13,5	2,8	16,3	161	17	177
Restauración	14,4	0,2	14,6	157	2	158
Transporte	5,1	2,0	7,0	37	18	55
Agencias de viajes	1,2	0,1	1,3	11	1	12
Servicios de ocio, recreativos y culturales	1,7	0,4	2,2	17	4	21
Comercio y otros servicios no específicos	8,8	5,1	14,0	152	48	199
Resto actividades		12,3	12,3	0	112	112
<b>Total</b>	<b>44,7</b>	<b>22,9</b>	<b>67,6</b>	<b>533</b>	<b>202</b>	<b>735</b>

(1) Requerimientos de empleo equivalente a tiempo completo para ese volumen de producción.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*.

En términos relativos, los efectos indirectos representan un 33,9% de la producción total generada por el gasto turístico en Almería (porcentaje que se repite, tanto para el conjunto de la provincia como para la capital y las zonas turísticas analizadas), por lo que, atendiendo a la notable repercusión que presenta sobre otras actividades, puede considerarse que el turismo es un importante motor de arrastre económico. El 66,1% corresponde a la producción generada en las actividades relacionadas directamente con el sector turístico. Segmentando por ramas, el comercio y otros servicios no específicos y los servicios de transporte son las actividades turísticas que cuentan con un peso relativo mayor de los efectos indirectos sobre el impacto total generado, con una participación del 36,7% y 28,0%, respectivamente. En cambio, en otros casos se constata un impacto indirecto o una interacción menos relevante con otras ramas suministradoras, registrándose un peso muy elevado de los efectos directos en la restauración (98,8%), las agencias de viaje (89,0%) y los servicios de alojamiento (82,9%).

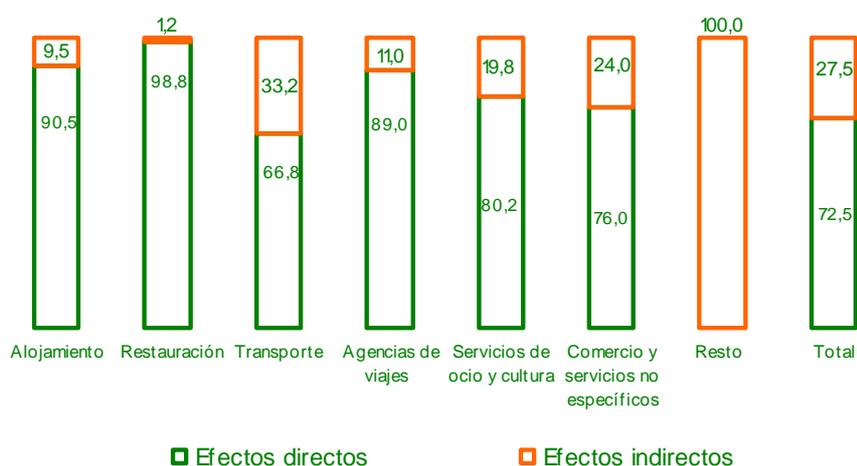
**GRÁFICO 3.2**  
**Efectos directos e indirectos del turismo sobre la producción por actividades (Porcentajes sobre el total)**



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Población Activa, la Contabilidad Regional de España (INE) y Marco Input-Output de Andalucía 2008 (IECA).

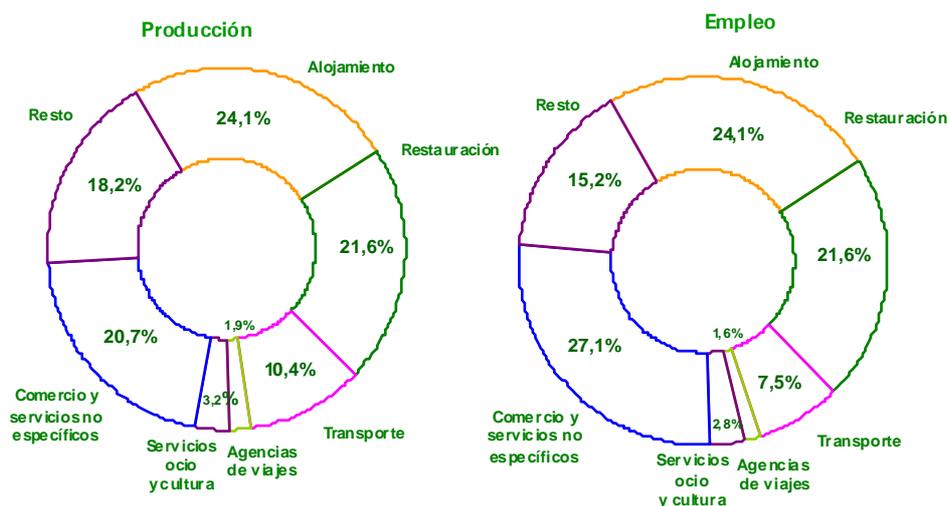
Desde la perspectiva del empleo, el impacto indirecto tiene una participación del 27,5% sobre el total, siendo ésta algo inferior a la observada en términos de producción, frente al 72,5% que corresponde a los efectos directos de las actividades turísticas sobre el empleo. Por ramas de actividad, se aprecia un comportamiento análogo al reseñado en la producción, si bien es posible apreciar una cuota mayor de los efectos indirectos del empleo en los servicios de transporte, con casi un tercio de los puestos de trabajo equivalentes generados (33,2%). Asimismo, se observa una participación más importante del efecto directo en la rama de servicios de alojamiento (90,5%), además de los servicios de restauración (98,8%) y de agencias de viaje (89,0%).

**GRÁFICO 3.3**  
**Efectos directos e indirectos del turismo sobre el empleo por actividades (Porcentajes sobre el total)**



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Población Activa, la Contabilidad Regional de España (INE) y Marco Input-Output de Andalucía 2008 (IFCA).

**GRÁFICO 3.4**  
**Distribución del impacto total del gasto turístico sobre la economía (Porcentajes sobre el total)**



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2005 y Marco Input-Output de Andalucía 2008.

En conjunto, el impacto total generado por el gasto turístico sobre la producción de la provincia de Almería se concentra principalmente en la rama de servicios de alojamiento y en los servicios de restauración (alimentación y bebidas), con el 24,1% y el 21,6%, respectivamente. Le sigue la rama del comercio y otros servicios no específicos, con un 20,7% de la producción total necesaria para

satisfacer la demanda turística, registrándose cuotas algo menores en los servicios de transporte (10,4%), los servicios de ocio y culturales (3,2%) y las agencias de viaje (1,9%). El impacto generado sobre el resto de actividades económicas con las que el sector turístico se encuentra interrelacionado, íntegramente indirecto, se cuantifica en un 18,2% de la producción total.

Atendiendo a la repercusión sobre el empleo, las actividades que, en términos relativos, han generado más puestos de trabajo equivalentes para dar cobertura a la demanda turística, son las relacionadas con el comercio y los servicios no específicos del turismo, que aglutinan un 27,1% del empleo total derivado de la actividad turística. A continuación, los servicios de alojamiento y restauración mantienen la misma participación que les corresponde desde la óptica de la producción, también con un 24,1% y 21,6% del empleo total, respectivamente. Las demás actividades registran, en términos de empleo, una importancia relativa menor que la registrada en términos de producción, correspondiendo a los servicios de transporte un 7,5% de los puestos de trabajos requeridos para satisfacer el consumo turístico, el 2,8% a los servicios de ocio y cultura y un 1,8% a las agencias de viajes. El empleo generado en el resto de ramas productivas de la economía representa el 15,2% del impacto total sobre el empleo.

**CUADRO 3.8**  
**Cuantificación del impacto directo e indirecto generado por el sector turístico**

Ciudad de Almería	Impacto del sector turístico			% sobre total de la economía		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Producción (millones de €)	130,8	67,1	197,9	2,6	1,4	4,0
Empleo (1)	1.559	593	2.151	2,2	0,9	3,1
Zona Costa (2)	Impacto del sector turístico			% sobre total de la economía		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Producción (millones de €)	884,1	453,8	1.337,9	10,2	5,2	15,4
Empleo (1)	10.538	4.005	14.543	6,3	2,4	8,7
Zona Interior	Impacto del sector turístico			% sobre total de la economía		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Producción (millones de €)	44,7	22,9	67,6	1,6	0,8	2,4
Empleo (1)	533	202	735	0,9	0,3	1,2
Provincia de Almería	Impacto del sector turístico			% sobre total de la economía		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Producción (millones de €)	928,8	476,7	1.405,6	8,0	4,2	12,2
Empleo (1)	11.070	4.208	15.278	4,8	1,9	6,7
Andalucía	Impacto del sector turístico			% sobre total de la economía		
	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
Producción (millones de €)	12.654,4	6.494,8	19.149,1	9,0	4,6	13,6
Empleo (1)	150.823	57.327	208.150	5,8	2,2	8,0

(1) Requerimientos de empleo equivalente a tiempo completo para ese volumen de producción.

(2) La Costa incluye el municipio de Almería.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información de la Contabilidad Regional de España, la Encuesta de Población Activa (INE) y el Marco Input-Output de Andalucía 2008.

Por último, resulta de interés analizar la incidencia del impacto económico generado por el sector turístico sobre el conjunto de la economía de la provincia de Almería, es decir, su repercusión sobre el PIB y el empleo total. En este sentido, la producción total necesaria para atender el consumo turístico, de 928,8 millones de euros realizado en la provincia de Almería, se ha traducido en una producción de 1.405,6 millones de euros que representan en torno al 12,2% del PIB de la provincia, de los que el impacto directo sobre las actividades turísticas representa el 8,0% de la producción agregada y el 4,2% restante supone la contribución al PIB generada mediante el efecto arrastre que tiene el turismo sobre el conjunto de la economía provincial. En lo que concierne al empleo, el sector turístico ha permitido generar los 15.278 puestos de trabajo equivalentes, que se requieren para alcanzar el nivel de producción antes reseñado, cifra que supone el 6,7% del número de ocupados de la provincia de Almería en 2014. De estos, la mayor parte son empleos directos, con una participación del 4,8% sobre el empleo total, y el resto indirectos, cuya participación es del 1,9%.

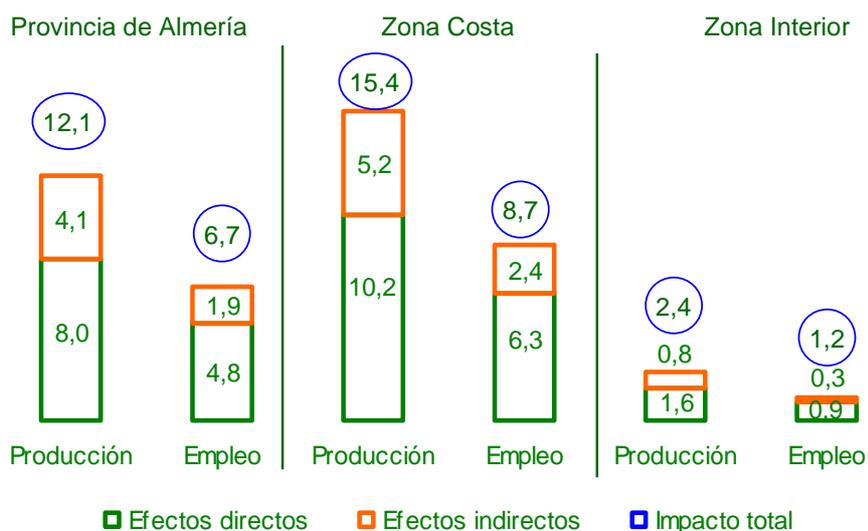
Al analizar la ciudad de Almería, el impacto generado por la actividad turística es sensiblemente menor al registrado en el conjunto de la provincia. Así, partiendo de un gasto turístico inicial de 130,8 millones de euros, la producción total generada alcanza los 197,9 millones de euros, en torno al 4,0% del PIB de la ciudad, correspondiendo un 2,6% de la producción al impacto directo y el 1,4% restante a los efectos indirectos sobre la producción de otras ramas de la economía. Atendiendo al empleo, el gasto turístico realizado en la capital ha contribuido a crear 2.151 puestos de trabajo a tiempo completo, que representan el 3,1% del empleo del área analizada, que se distribuyen entre una aportación del 2,2% del empleo directo sobre el total y la cuota del 0,9% correspondiente al empleo indirecto.

Diferenciando entre las zonas turísticas de Costa e Interior puede apreciarse un impacto económico sensiblemente superior sobre la primera. Así, los 884,1 millones de euros que representan el consumo turístico en los municipios de costa generan un volumen de producción 1.337,9 millones de euros, que representan un 15,4% del PIB de la Costa, el 10,2% directo en las actividades relacionadas con el sector turístico y el resto como consecuencia del efecto arrastre sobre otras ramas de la economía. Desde la perspectiva del empleo el impacto es igualmente relevante, puesto que para atender estos niveles de producción son necesarios 14.543 puestos de trabajo a tiempo completo, lo que representa el 8,7% del empleo total del área analizada, siendo un 6,3% directos y el 2,4% indirectos.

En la zona Interior, el consumo turístico de 44,7 millones de euros permite generar un volumen de producción de 67,6 millones de euros, el 2,4% de la producción agregada. De estos, el 1,6% se corresponde con el impacto directo sobre las actividades turísticas y el 0,8% restante con los efectos indirectos sobre el conjunto de la economía. Respecto al empleo, los 735 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo representan el 1,2% del empleo de los municipios de interior, siendo el 0,9% consecuencia del efecto directo y el 0,3% indirecto.

No obstante, la comparativa con el contexto de referencia que representa el conjunto de Andalucía, pone de relieve que el impacto económico generado por el turismo en la provincia de Almería y la capital se sitúa por debajo del agregado regional, tanto en términos de producción donde, a nivel autonómico, se alcanza el 13,6% del PIB, como desde la perspectiva del empleo, al contribuir con un 8,0% de los ocupados en Andalucía (si bien, esta cifra constituye una aproximación, dado que la estimación de impacto refleja el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, necesarios para generar la producción que satisface el gasto turístico estimado para 2014). Únicamente la zona de la costa de Almería registra un impacto económico del turismo superior al conjunto de Andalucía en términos de producción y de empleo.

**GRÁFICO 3.5**  
**Efectos directos e indirectos del turismo sobre la economía**  
(Porcentajes sobre el total de la producción y el empleo)



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Encuesta de Población Activa, la Contabilidad Regional de España (INE) y Marco Input-Output de Andalucía 2008 (IECA).

En definitiva, tanto en la provincia de Almería como en los distintos ámbitos analizados (capital, costa e interior), el gasto turístico genera un efecto multiplicador significativo sobre la producción y sobre el

empleo. A tenor de los datos obtenidos, este multiplicador se estima en 1,51 para la producción, lo que significa que por cada euro que gasta el turista, la economía de la provincia produce por valor de 1 euro y 51 céntimos, cantidad que representaría la producción total, resultado de agregar los efectos directos e indirectos. En el empleo, el efecto multiplicador es algo menor, aunque igualmente relevante, ya que se valora en 1,38, y en consecuencia, por cada 100 empleos directos se generan, adicionalmente, 38 empleos más, como resultado de la interacción entre las distintas ramas de la economía con la actividad turística. Esta aportación al empleo muestra al turismo como uno de los sectores que más intensivamente contribuyen al uso del factor trabajo.

## ANEXOS METODOLÓGICOS

**Metodología:**

*Indicador Sintético de Actividad Turística y Predicciones*

## Metodología: Indicador Sintético de Actividad Turística y previsiones de indicadores de demanda

La insuficiente información estadística disponible sobre determinados agregados macroeconómicos, tanto en lo que refiere a ámbitos territoriales más reducidos (como pueda ser el provincial) como a determinados sectores o actividades productivas, hace necesario recurrir a métodos de estimación que permitan aproximar el perfil cíclico de actividades específicas, como es el caso del turismo.

Por este motivo, este informe incorpora las estimaciones del Indicador Sintético de Actividad Turística, tanto para Andalucía y España, como para el conjunto de la provincia de Almería y sus principales destinos. Este indicador intenta reflejar, en una única variable, la trayectoria reciente de la actividad turística en estos ámbitos, así como sus expectativas a corto plazo, partiendo de los distintos indicadores parciales disponibles y utilizados para su cálculo. Entre estos indicadores parciales disponibles, se han utilizado los siguientes: PIB ponderado de los principales países emisores de turistas a los ámbitos territoriales señalados; viajeros residentes en el extranjero alojados en establecimientos hoteleros; pernoctaciones de residentes en España en establecimientos hoteleros; gasto en consumo privado; y afiliados a la Seguridad Social en hostelería y agencias de viajes o personal ocupado en establecimientos hoteleros.

El procedimiento utilizado para el cálculo de estos indicadores está basado en el aplicado por el National Bureau of Economic Research (NBER), y consta de los siguientes pasos. En primer lugar, se procede a calcular el cambio porcentual simétrico de cada indicador parcial,

$$y_t^i = 200 * \frac{x_t^i - x_{t-1}^i}{x_t^i + x_{t-1}^i}$$

donde  $x_t^i$  es el valor de la serie  $i$  para el periodo de tiempo  $t$ . El superíndice  $i$  ( $i=1,2,3,\dots,n$ ) hace referencia a los distintos indicadores o series que constituirán la base del Indicador Sintético y que representan el conjunto de información que reflejaría el fenómeno que se quiere medir, en este caso, la actividad turística. Estos cambios porcentuales se calculan sobre series desestacionalizadas a las que, previamente, se ha extraído su componente de ciclo-tendencia, ya que esto elimina posibles sesgos que afectarían al Indicador Sintético.

Posteriormente, se procede a estandarizar las tasas de crecimiento obtenidas ( $z_t^i$ ), con objeto de impedir que las oscilaciones de un indicador parcial concreto dominen las oscilaciones de los demás,

dividiendo cada tasa parcial por su media en valor absoluto. En este caso, hay que tener en cuenta que, a medida que se introduce nueva información, el valor de la tasa estandarizada irá cambiando, lo que afectará a los valores del Indicador Sintético.

A continuación, se calculan las ponderaciones ( $w_i$ ) a aplicar a cada indicador parcial, con objeto de obtener el Indicador Sintético. Estas ponderaciones se estiman en función de la varianza de cada una de las series utilizadas. Una vez obtenidas estas ponderaciones, se realiza la agregación de los diferentes indicadores ( $h_t = \sum_{i=1}^n w_i z_t^i$ ), procediendo finalmente al cálculo del Indicador Sintético:

$$I_t = I_{t-1} \frac{200 + h_t}{200 - h_t}, \text{ siendo } I_0 = 100.$$

No hay que olvidar que las tasas de crecimiento obtenidas a partir de estos indicadores no tienen exactamente el mismo significado que las tasas de crecimiento de la producción o el valor añadido. Únicamente pueden utilizarse como un referente de la evolución de la actividad turística en el periodo analizado, que permite aproximar el perfil cíclico del turismo en los ámbitos objeto de estudio.

Por otro lado, y en lo que se refiere a las previsiones de demanda y de los distintos indicadores parciales incluidos en el Indicador Sintético, la metodología empleada se basa en Box y Jenkins, que desarrollaron un cuerpo metodológico destinado a identificar, estimar y diagnosticar modelos dinámicos de series temporales, en los que la variable tiempo juega un papel fundamental. La idea general de esta metodología se fundamenta en que la variable es explicada utilizando, exclusivamente, su propio pasado (modelos univariantes). Se realizan, así, predicciones a partir de modelos estocásticos univariantes, utilizando la información que contiene la propia historia de la serie temporal. Esta metodología es la que se emplea generalmente para realizar previsiones sobre determinados indicadores parciales de coyuntura económica, en este caso variables relacionadas con el turismo.

No obstante, la consideración exclusiva de los valores pasados de una determinada variable, para explicar su evolución presente y futura supone, al mismo tiempo, una ventaja y un inconveniente: la ventaja radica en el hecho de no necesitar distintas series de datos (distintas variables) referidas al mismo periodo de tiempo y, al mismo tiempo, ahorrar la identificación y especificación del modelo en el sentido de la econometría tradicional. El inconveniente es que, al renunciar a la inclusión de un

conjunto más amplio de variables explicativas, no se atiende a las relaciones que, sin duda, existen entre casi todas las variables económicas, perdiendo poro ello capacidad de análisis.

Dentro de los modelos univariantes se emplean los conocidos con el nombre de ARIMA (Modelos Autorregresivos Integrados de Medias Móviles). En estos modelos se considera que la serie temporal objeto de estudio ha sido generada por un proceso estocástico, y no se trata de que el modelo describa perfectamente el comportamiento pasado de la serie, sino de que capte las características de aleatoriedad de la misma. La definición ARIMA corresponde a la parte autorregresiva (AR), a la integración de la variable (I) y a la parte de media móvil (MA).

Un modelo se define como autorregresivo si la variable endógena de un periodo  $t$  es explicada por las observaciones de ella misma correspondientes a periodos anteriores más un término de error. En el caso de procesos estacionarios con distribución normal, la teoría estadística de los procesos estocásticos dice que, bajo determinadas condiciones previas, toda  $Y_t$  puede expresarse como una combinación lineal de sus valores pasados (parte sistemática) más un término de error (innovación). Un modelo de medias móviles es aquel que explica el valor de una determinada variable en un periodo  $t$  en función de un término independiente y una sucesión de errores correspondientes a periodos precedentes. Así como un modelo autorregresivo es intuitivamente sencillo de comprender, la formulación de un modelo de medias móviles es más compleja. En realidad, un modelo de medias móviles puede obtenerse a partir de un modelo autorregresivo sin más que realizar sucesivas sustituciones.

Las técnicas de elaboración de los modelos ARIMA van dirigidas a identificar el modelo generador de las observaciones de una serie, para después, usando un proceso iterativo, estimar y verificar el modelo que se utilizará para predecir valores futuros de la serie temporal.

# ANEXOS METODOLÓGICOS

**Metodología:**

*Análisis de Impacto Económico: Tablas Input-Output*

## Metodología

### Análisis de Impacto Económico del gasto turístico: Tablas Input-Output

El cálculo de los impactos económicos exige el desarrollo de una metodología específica en el **marco del análisis input-output**. Este análisis permite observar los efectos de retroalimentación que un shock inicial en la demanda final produce sobre las diferentes actividades sectoriales como consecuencia de las relaciones comerciales entre las mismas. Las tablas input-output (TIO) ofrecen una visión cuantitativa de las interdependencias entre los diferentes agentes económicos (empresas, familias, administraciones públicas) que tienen lugar en el territorio de referencia: un país, región, provincia o ciudad. Como consecuencia de estas interrelaciones se deducen los efectos multiplicadores que el consumo genera sobre el conjunto del sistema económico. En estas tablas de doble entrada se distinguen tres matrices: la matriz de consumos intermedios o de relaciones intersectoriales, la matriz de inputs primarios y la matriz de demanda final.

La *matriz de consumos intermedios* sintetiza las relaciones de compra-venta que se producen entre las diferentes ramas productivas de la economía. Se puede representar como un cuadro de doble entrada, cuya lectura vertical refleja las adquisiciones que cada rama de actividad realiza al resto de sectores (la suma por columnas nos indica el valor total de los consumos intermedios utilizados por cada sector), mientras que la lectura horizontal representa las ventas (la suma por filas nos permite obtener el total de demanda intermedia).

MATRIZ DE INPUTS PRIMARIOS						
Sectores	1	2	...	j	...	n
1	$X_{11}$	$X_{12}$	...	$X_{1j}$	...	$X_{1n}$
2	$X_{21}$	$X_{22}$	...	$X_{2j}$	...	$X_{2n}$
...						
i	$X_{i1}$	$X_{i2}$	...	$X_{ij}$	...	$X_{in}$
...						
n	$N_{n1}$	$X_{n2}$	...	$X_{nj}$	...	$X_{nn}$

La *matriz de inputs primarios* es la suma de las remuneraciones del trabajo y del beneficio empresarial, junto con las importaciones de productos equivalentes. La *matriz de demanda final* refleja los destinos finales de los recursos producidos o importados por la economía.

Desde el punto de vista metodológico se emplea el denominado modelo de Leontief, que es un modelo de demanda que permite estimar los niveles de producción de cada rama para satisfacer una cuantía determinada de demanda final de forma exógena. Este modelo introduce la hipótesis básica de *coeficiente técnico* ( $a_{ij}$ ), que establece que  $a_{ij} = x_{ij} / x_j$ , son las compras efectuadas por la rama  $j$  a la rama  $i$ , dividido por la producción de la rama  $j$ , que mide, en tanto por uno, el esfuerzo productivo que tendrá que realizar  $i$  para que la actividad  $j$  pueda producir una unidad adicional de su propio producto.

El gasto turístico como gasto en consumo es la única variable que se utiliza en el vector de demanda final, lo que significa que no se tienen en cuenta ni la formación bruta de capital ni el consumo de las administraciones públicas vinculado a la actividad turística. Aún con estas limitaciones, el consumo turístico es el principal componente, con diferencia, de la demanda final turística. Al multiplicar el vector de demanda final de los turistas o gasto inicial, por la matriz inversa, llamada también inversa de Leontief, el resultado es un vector de producción total que proporciona el dato de producción necesaria de cada rama para satisfacer la demanda total de actividades de los turistas.

Las  $n$  ramas productivas se representan como un sistema con  $n$  ecuaciones lineales, cuya forma matricial es la siguiente:

$$X = CI + DF$$

Donde  $X$  es el vector de producción para las  $n$  actividades,  $CI$  la matriz de consumos intermedios o transacciones intersectoriales y  $DF$  el vector de demandas finales.

La hipótesis básica del planteamiento de Leontief reside en la estabilidad en el tiempo de los coeficientes técnicos ( $a_{ij}$ ). Siendo  $A$  la matriz de coeficientes técnicos y  $H$  la matriz inversa de Leontief, la ecuación se resuelve de la siguiente forma:

$$X = H*DF$$

Donde  $H = [(I-A)^{-1}]$  es la matriz inversa de Leontief que mide los efectos generados, directos e indirectos, por una determinada demanda final, sobre la producción de todas las actividades.

Las Tablas Input Output permiten calcular los efectos totales, directos e indirectos que provoca una determinada demanda. Los efectos directos se corresponden con el gasto realizado por los turistas, lo que conlleva un aumento de la demanda de los sectores proveedores de bienes y servicios y en

consecuencia un aumento de la producción. Los efectos indirectos se generan cuando los sectores que reciben directamente el aumento de la demanda incrementan los requerimientos a sus proveedores para satisfacer su mayor producción, lo que, sucesivamente generará un proceso iterativo sobre el resto de la economía. En la expresión anterior, los efectos directos equivaldrían al gasto inicial de los turistas, es decir, a la demanda final; y los efectos totales responden al valor de la producción  $X$  que engloba tanto los impulsos directos (demanda final) como los indirectos (a través de la matriz inversa).

Por otra parte, el análisis input-output permite calcular los requerimientos de trabajo de cada rama necesarios para satisfacer demandas unitarias para todas las ramas, así como la capacidad de arrastre o impulso de empleo por parte de cada rama de actividad, tanto directamente en esa rama de actividad como indirectamente a través de los consumos intermedios de otras ramas. Para ello, se emplean los correspondientes multiplicadores, lo cual exige disponer respectivamente de las matrices diagonales de los coeficientes de empleo (puestos de trabajo equivalentes).

El cálculo total del empleo generado por cada actividad será:  $L^* = l(I-A)^{-1}DF$ , donde  $l$  es un vector fila de coeficientes directos de empleo, de cada rama, definidos como  $l_j = N_j/X_j$ , siendo  $N_j$  el número de empleados en la rama  $j$  y  $X_j$  la producción efectiva a precios de básicos. En definitiva,  $L^* = l(I-A)^{-1}DF$ , indica el efecto arrastre, es decir, la capacidad de la rama para impulsar el empleo en las demás. Pero sólo hace referencia a los requerimientos de empleo, no al número de puestos de trabajo creados, ya que ello dependerá de factores institucionales, como las modalidades de contratación, la temporalidad, entre otras.

Con este procedimiento se ha evaluado la repercusión real del turismo en Andalucía y en la provincia de Almería en el año 2014, estimando el impacto del turismo total sobre variables relevantes, tales como la producción total y el empleo. Esta estimación ha sido posible gracias a la disponibilidad de tres fuentes básicas de información, la Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2005 (CSTA 2005), la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) y el sistema de Tablas Input-Output de Andalucía 2008 (TIOAN 2008).

El procedimiento de estimación se ha concretado en dos fases. En la primera fase, a partir de los datos de la ECTA y de la CSTA 2005 se ha estimado un vector de demanda que recoge la estructura de consumo de los turistas. Y en la segunda fase, se aplica el modelo de impacto para obtener los efectos directos e indirectos. Los resultados que se presentan a continuación vienen detallados por grupos de actividad económica. Las ramas productivas que integran estos grupos de actividad se detallan en el

Cuadro 1, en el que se establece la correspondencia entre la clasificación de la TIOAN 2008 y la Clasificación de Actividades Económicas 2009 (CNAE).

**Anexo Cuadro 1  
Grupos de actividad**

<b>Actividades</b>	<b>Ramas de actividad TIOAN-08</b>	<b>Actividades CNAE 2009</b>
Alojamiento	48, 57, 64	55, 68
Restauración	49	56
Transporte	44, 45, 46, 47	49, 50, 51, 52, 53, 77
Agencias de viajes	66	79
Servicios de ocio, recreativos y culturales	51, 77, 78	59, 60, 90, 91, 92, 93
Otras compras de bienes y servicios no específicos	36, 37, 38, 39, 41, 43, 52, 54, 68, 71, 72, 73, 74, 80	35, 36, 37, 38, 39, 45, 47, 61, 64, 81, 85, 86, 95

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.