

INTRODUCCION

Andalucía ha sido tradicionalmente un importante foco de atracción turística, constituyendo uno de los destinos clásicos de visitantes nacionales y extranjeros desde que en la década de los sesenta se empezó a generalizar el fenómeno del turismo de masas.

Desde entonces, el notable desarrollo del turismo, (concretamente, las ramas de hostelería, y restaurantes y cafés han pasado de aportar el 3,7% del VAB p.m. de la economía andaluza en 1.975 al 5,3% en 1.990, según las Tablas Input-Output) ha sido determinante no sólo en el dinamismo del sector terciario, que manifiesta una notable sensibilidad ante los resultados más o menos favorables del turismo, sino que se ha configurado como una de las actividades de mayor importancia en la economía andaluza.

Además, a pesar del notable peso de este sector en la economía nacional y, en general, en las economías mediterráneas, el turismo tiene en Andalucía una mayor dimensión respecto al promedio nacional, aportando más del 14% de la producción nacional del sector y alrededor del 16% del empleo; porcentajes superiores a lo que supone la aportación global de la economía andaluza, tanto en términos de empleo como de VAB, a la nacional.

Pero la importancia del turismo en Andalucía no puede valorarse sólo a través de estos datos ya que su intensa interrelación con otras actividades le confiere una importante capacidad para generar efectos inducidos en otros sectores económicos, como el comercio, el transporte, y determinados bienes industriales. En este sentido, según las Tablas Input-Output de la economía andaluza en 1990, las actividades de restauración y hostelería consumen inputs intermedios de casi todas las restantes ramas, siendo todos estos de origen interior. Asimismo, las tablas, que permiten la tipificación

de las distintas ramas productivas en función de los pesos relativos de los inputs intermedios o primarios en su valor añadido, y según su orientación hacia la demanda intermedia o final, ponen de manifiesto por un lado, que tanto las ramas de restauración y cafeterías como la hostelería son actividades de demanda final y, por otro, que en la composición del valor añadido del sector predominan los inputs intermedios, siendo ramas con una cierta integración en el conjunto de la economía regional.

Otros rasgos del sector derivados del análisis de las Tablas Input-Output son su menor productividad relativa respecto al promedio del sector servicios y el conjunto de la economía andaluza; la mayor proporción del empleo asalariado en las actividades de hostelería, y la menor importancia de estos trabajadores en las actividades de restauración y cafeterías, en las que está más generalizado el empleo autónomo.

El turismo andaluz tiene, por tanto, una cierta importancia en el desenvolvimiento de la economía andaluza y, especialmente, en algunas zonas determinadas de su geografía. Entre los factores que más han favorecido su desarrollo se encuentra su estratégica localización geográfica, su amplia costa (unos 812 km de litoral repartidos entre la costa mediterránea y la atlántica), el clima, y el elevado número de horas de insolación. A ello hay que unir, necesariamente, la mejor dotación de infraestructuras con que cuenta ahora Andalucía: nuevas redes de transportes y comunicaciones, equipamientos urbanos, servicios diversos, que permite, por un lado una mejor articulación interna y externa de la región y, por otro, contribuye a ofrecer una mayor calidad de vida. Pero junto a estos rasgos físicos hay que considerar también como elementos positivos para el turismo, el carácter singular de los andaluces y el importante acervo cultural y monumental que ofrece la región.

Todo ello ha permitido que en Andalucía, junto al tradicional turismo de sol y playa, en el que han sido determinantes las favorables condiciones climatológicas y la existencia de playas con buena calidad medioambiental, se den prácticamente todas las modalidades de turismo. Así, los espacios naturales sirven de base al turismo rural; la posibilidad de practicar la caza y la pesca contribuye al desarrollo del turismo cinegético; el importante patrimonio artístico e histórico-monumental posibilita el turismo cultural; la existencia de infraestructuras de ocio y el clima están contribuyendo positivamente al crecimiento del turismo residencial, y algunas costumbres populares y usos sociales también ejercen un importante poder de atracción para algunos visitantes.

Sin embargo, existe todavía sin explotar un importante potencial para desarrollar el sector turístico andaluz, que está manifestando una continua expansión, incluso en períodos de crisis como el que se está atravesando actualmente.

En este sentido, en el contexto de crisis económica característico de los últimos años, el sector servicios ha mantenido una evolución positiva, situándose las actividades relacionadas con el turismo entre las más dinámicas.

La oferta hotelera entre 1989, año en el que empiezan a manifestarse los primeros síntomas de agotamiento de la etapa expansiva, y 1993 se ha incrementado en un 46%, siendo este aumento especialmente intenso en establecimientos de elevada categoría, mientras que las plazas en pensiones han descendido notablemente en estos años. Es importante señalar que la celebración de la Exposición Universal de Sevilla en 1992 ha impulsado el número de plazas hoteleras en estos años. En conjunto, el total de plazas de alojamientos turísticos (incluyendo hoteles, pensiones, apartamentos y campings) ha experimentado un crecimiento acumulado del 26'7% entre 1989 y 1993.

El resto de establecimientos turísticos (café-terías, restaurantes y agencias de viaje), también ha mantenido una tendencia creciente, confirmando la evolución positiva del turismo andaluz en estos años en los que se ha ido conformando en Andalucía una oferta turística con una creciente importancia y calidad, aumentando la competitividad del sector.

En ello, como se ha señalado anteriormente, también han sido determinantes otros factores como la mejor y mayor dotación de infraestructuras de transportes y comunicaciones, que ha mejorado notablemente la accesibilidad a la misma, y el aumento de ofertas culturales y de ocio.

Respecto a la demanda turística, es importante destacar su fuerte concentración en el litoral y, especialmente en la provincia de Málaga, donde se produce el mayor número de pernoctaciones y viajeros alojados en establecimientos hoteleros. Este fenómeno está directamente relacionado con la importancia del turismo de sol y playa, lo cual viene a añadir otra nota característica de la demanda turística de Andalucía: su elevada estacionalidad.

Respecto a la procedencia, la demanda exterior representa algo más de la tercera parte de la demanda turística total de Andalucía en términos de viajeros, y alrededor de un 45-50% en términos de pernoctaciones, por lo que una coyuntura económica internacional favorable o desfavorable afecta en gran medida a la evolución del turismo en Andalucía. Los turistas extranjeros, por otro lado, son mayoritariamente europeos destacando especialmente los procedentes del Reino Unido y Alemania.

Los datos más recientes de la encuesta de Movimiento de Viajeros del INE, disponible hasta el mes de septiembre de 1993, ponen de manifiesto que hasta esa fecha se había producido en Andalucía un descenso acumulado de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros del 12% respecto al mismo período del año anterior, una reducción del 15'1% del número de viajeros alojados en hoteles y un descenso de la ocupación hotelera, que debido al continuado incremento de la oferta no ha podido mantener los niveles de años anteriores.

No obstante, es importante señalar que estas comparaciones se están realizando con el año 1992, en el que se obtuvieron unos resultados excepcionales, mientras que si se relativiza respecto a años anteriores el balance sería algo más positivo.

Además, las perspectivas de evolución del sector durante 1994 son muy positivas, pues según los principales operadores turísticos europeos, el número de reservas con destino a España aumentarán este año

un 40%, lo que beneficiará notablemente al turismo de la región, que ha sido tradicionalmente uno de los destinos preferidos por los visitantes europeos. Asimismo, las previsiones del Ministerio de Comercio y Turismo señalan que en 1994 los ingresos netos por turismo alcancen una cifra record.

Sin embargo, no puede olvidarse que el turismo andaluz puede verse amenazado por la creciente competencia de terceros países y por otros problemas asociados a la degradación medioambiental, a las deficiencias de determinadas infraestructuras, a la necesidad de adaptación a la demanda, etc, por lo que, dado el carácter estratégico que tiene este sector en la economía andaluza, es necesario establecer medidas orientadas hacia una mejor promoción y comercialización que permitan su consolidación.

Para ello, el gobierno andaluz ha elaborado el Plan para el Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía: el Plan Día, en el que se establece como objetivo general el aumento de la rentabilidad social, económica y ambiental del turismo a través de su cualificación productiva; objetivo tras el que se perfilan dos fines específicos: mejorar la calidad de los productos turísticos, y mejorar la calidad comercial; y un objetivo instrumental: aumentar el nivel de profesionalidad del sector.

En cuanto al contenido específico de este número del Boletín Económico de Andalucía es importante señalar que la importancia del turismo en la economía andaluza, que ya se ha referido con anterioridad, ha determinado que este sector haya sido objeto de un continuado estudio por expertos de distintos ámbitos profesionales, algunos de los cuales han colaborado en esta publicación.

Entre ellos, Carmelo Pellejero ha estudiado los orígenes de la oferta hotelera pública en España, especialmente en Andalucía, y su evolución durante la primera mitad del siglo XX; es decir, con anterioridad a su incorporación al conjunto de países especializados en la captación de turismo de masas. Se pone de manifiesto que en estos años, el Estado, consciente de la potencial fuente de riqueza que implicaba el desarrollo del turismo, decide controlar y mejorar el funcionamiento de la industria hotelera, construyendo diferentes establecimientos - Paradores, Albergues de Carretera, Hosterías y Refugios de Montaña- en lugares turísticamente

atractivos pero donde la iniciativa privada no se había decidido a intervenir.

El turismo residencial, modalidad con fuerte implantación en la región, es el objeto del estudio realizado por Pedro Raya. Este análisis se ha abordado desde una doble perspectiva: desde el punto de vista cuantitativo se ha realizado una estimación, por procedimientos indirectos dadas las fuertes limitaciones de la información estadística, del peso real de esta tipología de turismo, confirmándose la importancia de esta modalidad de turismo en Andalucía. Por otro lado, se destacan los aspectos cualitativos y características más relevantes del turismo residencial en Andalucía en función de los resultados de una encuesta llevada a cabo en algunos municipios de la Costa del Sol. Con ello, se contribuye a despejar algunas incógnitas sobre un aspecto poco conocido del turismo andaluz, a pesar de su fuerte implantación.

Junto al turismo residencial, otra modalidad de reciente y creciente importancia es el turismo rural. Este aspecto ha sido tratado por Antonio Lozano, que analiza las posibilidades de desarrollo turístico en este ámbito, aportando reflexiones sobre el origen y condiciones de este tipo de turismo, y proponiendo algunas líneas para la política de desarrollo del mismo. Para ello el autor se basa en la idea de que el turismo rural sólo puede contribuir al desarrollo de las zonas rurales, si se recorren caminos nuevos en la producción y comercialización de los servicios turísticos que asuman el respeto al hábitat, generen un volumen de renta importante y consideren las particularidades de cada espacio.

Pedro Llamas, gerente de INTURJOVEN, nos presenta las actividades que desarrolla esta empresa para la gestión de instalaciones públicas de turismo juvenil. Parte del análisis del término "joven" y de sus preferencias de ocio y tiempo libre, pasando seguidamente a informar sobre los objetivos de este innovador proyecto. Los recursos adscritos a la empresa para su gestión y explotación, las características de los usuarios y las actividades desarrolladas por los jóvenes en estas instalaciones, los productos que se ofrecen, y las dificultades para su comercialización, constituyen los puntos básicos desarrollados en este artículo.

José Benítez ha centrado su análisis en la oferta turística y, concretamente, en el Sistema de

Reservas. El autor parte de la hipótesis de que el desarrollo de los Sistemas de Reserva está afectando a la capacidad competitiva de los establecimientos de alojamiento turístico de pequeña y mediana dimensión en Andalucía. Sobre esa base, se aportan algunas consideraciones sobre el desarrollo de los sistemas de reserva y su previsible impacto sobre la oferta turística para, a continuación, determinar el papel que se les viene asignando a las iniciativas comunitarias en este terreno. Por último, se mencionan algunos elementos que pueden limitar la capacidad para aprovechar las ventajas de la conexión a los Sistemas de Reserva en Andalucía, destacando la débil dotación presupuestaria de las iniciativas comunitarias relacionadas con ello.

Manuel J. Marchena aborda en su artículo la problemática de la promoción y comercialización de la oferta turística de Andalucía, destacando los puntos fuertes y débiles del estado actual de esta cuestión y, especialmente, la importancia de una mayor coordinación público-privada en esta materia indicando que "La propuesta no puede ser otra, ...,

que superar la dialéctica entre promoción pública y comercialización privada...".

J. Manuel Martínez aporta un enfoque metodológico para la construcción de modelos de previsión de la demanda turística extranjera y su posible aplicación al caso de la Costa del Sol. Presenta asimismo, un balance de los diversos enfoques existentes para el estudio en general de la demanda turística extranjera en su vertiente predictiva, revisando los trabajos realizados sobre este tema en España y dando un énfasis especial a aquellos que utilizan técnicas de tipo causal y variables de carácter físico.

Por último, en una publicación monográfica sobre turismo en Andalucía no podría faltar la referencia al Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía, que es presentado por José Luis Rodríguez, Director General de Turismo de la Consejería de Economía y Hacienda, destacando los principales objetivos de este plan y las estrategias para su consecución.