

¿Cómo se ha comportado el sector turístico andaluz en la crisis económica? Reflexiones sobre turismo sostenible y el desarrollo regional

Pilar Campoy-Muñoz

Universidad Loyola Andalucía

Manuel Alejandro Cardenete

Universidad Loyola Andalucía

Ana M.García

Universidad de Sevilla

Manuel J. Marchena

Universidad de Sevilla

Documentos de Trabajo

N.º 2/2017

Departamento de Economía



LoyolaEcon-WP

2/2017

The Working Paper seeks to disseminate original research in economics. The opinions and analyses in the Working Paper are the responsibility of the authors and, therefore, do not necessarily coincide with those of the Universidad Loyola Andalucía.

Reproduction for educational and non-commercial purposes is permitted provided that the source is acknowledged.

Publication of a paper under LoyolaEcon-WP series does not preclude simultaneous or subsequent publication elsewhere. The copyright of a paper is held by the authors.

ISSN: 2444-2976 (on line)

¿CÓMO SE HA COMPORTADO EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ EN LA CRISIS ECONÓMICA? REFLEXIONES SOBRE TURISMO SOSTENIBLE Y EL DESARROLLO REGIONAL

Pilar Campoy-Muñoz

Departamento de Economía, UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCÍA. E-mail: mpcampoy@uloyola.es

M. Alejandro Cardenete

Departamento de Economía, UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCÍA. E-mail: macardenete@uloyola.es

Ana M. García

Departamento de Geografía Humana, UNIVERSIDAD DE SEVILLA. E-mail: angar@us.es

Manuel J. Marchena

Departamento de Geografía Física y AGR, UNIVERSIDAD DE SEVILLA. E-mail: mmarchena@us.es

Resumen

El análisis de los efectos de las actividades turísticas en el desarrollo regional no suele ser muy frecuente, a pesar de que sus beneficios para las economías receptoras suelen ser ampliamente destacados. Este trabajo se centra en una región tan especializada en turismo como Andalucía y analiza estos efectos durante el periodo de crisis económica. Para ello, se emplea un modelo basado en las Matrices de Contabilidad Social de Andalucía, que nos permite calificar el sector turístico andaluz como un sector productivo clave para la economía regional. Además, se realiza un análisis de los datos coyunturales del turismo andaluz para determinar si este comportamiento es sostenible o simplemente episódico. Dentro de este último, los datos de empleo son analizados de manera más detallada, dada la importancia del sector turístico en la generación de empleo a nivel regional. Los resultados preliminares orientan hacia una aportación del turismo sobre el Desarrollo Regional, más por defecto de lo destruido en la crisis, que por propio efecto motor. Estos resultados también ponen de manifiesto las debilidades del sector y la falta de desarrollo de sistema de indicadores de sostenibilidad turística.

Palabras clave: Turismo, Desarrollo Regional, Tablas Input-Output, Matrices de contabilidad social, Sostenibilidad.

Clasificación JEL: D58, R13, Z3.

Abstract

Assessing the effects of tourism activities on regional development is not a common practice, although its benefits for the host economies are widely highlighted. This work focuses on Andalusia to analyze these effects during the crisis period. To do so, a Social Accounting Matrix based model is employed, which depicts Tourism activities as a key sector for the regional economy. Additionally to the structural analysis, a bunch of socio-economic data is analyzed to determine whether the role of the Tourism within the regional economy is sustainable or a simple result of the current framework. Within the latter, employment data is studied in a detailed way since Tourism play a role of the major importance in job creation at regional level. The preliminary results point out that the relevance of Tourism in the regional economy comes from the crisis and the declining behavior of the remaining sectors rather than the own characteristic of the sector. Moreover, the work highlights the weaknesses of the sector and the lack of development of a system of sustainable tourism indicators.

Keywords: Tourism, Regional development, Input-Output Tables, Social Accounting Matrix, Sustainability.

1. INTRODUCCION

La actividad turística se ubica en el tercer sector del sistema de contabilidad nacional y de forma habitual se le ha considerado propulsor de desarrollo económico (Owen, 2014). Aunque a su vez se le atribuye al sector manufacturero e industrial los avances imprescindibles para el desarrollo económico (Sokol, 2001). Siguiendo a Kaldor (1966), la velocidad del crecimiento económico está asociada con rápidas tasas de crecimiento del sector secundario de la economía, principalmente el sector de las manufacturas, siendo ésta una característica que indica que una sociedad se encuentra en una etapa intermedia del desarrollo económico. Es lo que se denomina “la transición de la inmadurez a la madurez” (Ferguson, 2011).

Este trabajo pretende dar respuesta a cómo una actividad del sector terciario, tal es el sector turístico y subsectores que lo integran, puede en primera instancia ser una actividad clave desde un análisis cuantitativo, y con ello reconocer los desencadenamientos para el resto de los sectores que favorecen el crecimiento económico en Andalucía (Delgado, 2012; Delgado, Carpintero, Lomas y Sartre, 2014). Se trata por tanto de analizar cuál es el papel del sector turístico andaluz como elemento propiciatorio del desarrollo económico regional. Esto es, si los efectos de dicha actividad, entendidos como incrementos de la producción de otros sectores y creación de empleo, pero también como reducción de las desigualdades poblacionales, son positivos en el territorio de estudio (Sharpley y Telfer, 2004). Este análisis se realiza en un contexto mundial marcado por la globalización, siendo el turismo uno de los sectores más beneficiados por la misma (Wahab y Cooper, 2001). Y se observa como es una actividad económica con grandes virtudes, que van desde la diversificación de sus productos (Cohen, 2005), hasta los alcances de bienestar para la población residente (Sanz-Ibáñez y Antón, 2014), desde una perspectiva de desarrollo endógeno (Vázquez, 2007). Sin embargo, desde la ortodoxia económica suele despreciarse al sector turístico, por frágil, baja productividad y poco innovador, amén de su escasa capacidad para crear empleo de calidad (Marchena, 2015). En general, no debemos engañarnos, estructuras económicas relativamente sin industria y con turismo, son insuficientes para el desarrollo regional, como decíamos antes, inmaduras (Cuadrado-Roura, 2009). La transición de la inmadurez primaria a la madurez económica, es muy complicada sin industria y sólo con turismo (Chant y McIlwayne, 2008). Empero, como factor de oportunidad, el turismo es una de las actividades humanas que por sus propias características se halla más globalizada: los consumidores deben viajar para consumir el producto; y no como ocurre a la inversa y normalmente en la producción industrial (Barrado, 2004).

Andalucía carece de una estructura industrial madura, según muestra la evidencia empírica o cualquier diagnóstico al uso (Manzanera y Auriolés, 2004); pero ello no debe incitar por defecto a una demonización del turismo. En efecto, pretendemos con este artículo, demostrar que ha sido un sector clave en el discurrir y en la posible salida de la Crisis Económica. Vamos a tratar de medir esta afirmación con la extensión del análisis Input-Output (TIO) a las Matrices de Contabilidad Social (MCS). Estas, proporcionan una mayor riqueza informativa que una tabla

Input-Output ya que permiten cerrar el flujo circular de la renta (Raa, 2017). Una vez identificadas las cuentas que reflejan las actividades características del turismo, siguiendo la delimitación internacional establecida en los métodos de la Cuenta Satélite del Turismo (CSTE) y avalada por la OMT, la OCDE y EUROSTAT (Dwyer, Gill y Seetaram, 2012), utilizaremos la metodología de sectores claves, basada en las MCS, para identificar esta potencialidad y su desarrollo en el último quinquenio, en los años de la crisis económica y aparente salida de la misma. Dos son las limitaciones del presente análisis: en primer lugar, el periodo de estudio no incluye los años más recientes (2015 y 2016) y en los que se han registrado las cifras de visitantes más elevadas. Esto se debe a que, a la fecha de cierre del presente trabajo, los datos estadísticos necesarios para la elaboración de la MCS para dichos años no estaban disponibles. En segundo lugar y relacionado con lo anterior, las actividades características del turismo no han podido ser desagregadas por motivos de índole estadística para que recojan únicamente la actividad turística, esto es, la fracción de bienes y servicios que es demandada exclusivamente por los turistas (excluyendo por tanto los bienes y servicios prestados a los no turistas).

2. ANALISIS ESTRUCTURAL DE LA GEOGRAFÍA ECONOMICA ANDALUZA DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISMO.

Una de las cuestiones centrales de un espacio regional es comprobar su estructura productiva (Karlsson, 2017), observándose cuáles son las ramas de actividad capaces de impulsar la economía de la región en cuestión (Nijkamp, 2016). Su identificación, se convierte en un objetivo fundamental tanto para el crecimiento de las variables macroeconómicas y su influencia microeconómica y territorial, como para el aumento del número de empleos (Stimson, 2016). Desde luego, el desempleo es el gran problema andaluz. Por ello, la evolución que las distintas ramas de actividad puedan ir teniendo a lo largo del tiempo debe ser observada y el comportamiento de los sectores productivos perfectamente identificados. En este caso, lo haremos concentrándonos en los sectores relacionados con el Turismo (Dinc, 2015). Además, el cambio estructural de la economía andaluza es un tema a debate en los últimos años (Marchena, 2017). Tras la devastadora crisis sufrida, con débiles tasas de crecimiento y una tasa de paro tan elevada, sería interesante conocer si Andalucía ha sido capaz de transformar su estructura para intentar evitar los errores del pasado. Aprovechando los datos Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA, 2016) del último Marco Input-Output (MIO) del año 2010, creemos que puede ser un buen ejercicio analizar si la economía andaluza ha sido capaz de reinventarse sustentándose en otros sectores clave diferentes a los del periodo pre-crisis.

En este apartado se llevará a cabo el análisis estructural de la economía andaluza en el año 2010, detectando cuáles son los sectores más importantes de la región por su capacidad de influir y ser influidos por otros sectores, e identificaremos además las relaciones sectoriales más importantes. También se realizará una descomposición de multiplicadores contables y se analizarán los

multiplicadores de empleo, que permitirán detectar los sectores más activos en generación de puestos de trabajo. Para ello se utilizará una metodología basada en los modelos de *Leontief*, apoyados en las MCS, bases de datos donde se recogen transacciones económicas, en términos de flujos de rentas, que permiten extraer información sobre los diferentes agentes económicos, tales como productores, consumidores, administración pública y sector exterior; así como sobre el comportamiento de los factores productivos (Huggins y Thompson, 2017). La construcción de la MCS de la economía andaluza del año 2010 ha sido realizada a partir del MIO publicado por el IECA (Campoy, Cardenete y Delgado, 2016). A continuación, en la Tabla 1, podemos ver la estructura de cuentas de las MCS, que hemos dividido en 45 ramas productivas y 10 cuentas más para los sectores institucionales. Para completar el estudio, realizamos una actualización de la MCS al año 2014, aplicando la metodología de Entropía Cruzada (Cardenete y Sancho, 2006) y los datos de la Contabilidad Regional Anual de Andalucía para dicho año (IECA, 2016). Siguiendo la delimitación de la actividad turística establecida a nivel internacional (Naciones Unidas, 2000) y su actualización por parte del INE (2016), el sector del turismo quedaría definido mediante las cuentas de la MCS recogidas en la Tabla 2. Cabe señalar que existen discrepancias en esta identificación, afectando a los subsectores de Transporte terrestre (20) y Actividades de alquiler (33). En ambos casos las cuentas de la MCS recogen la totalidad de las actividades agrupadas bajo la correspondiente división equivalente de la CNAE-2009, mientras que en la delimitación señalada por el INE, se limita a grupos específicos dentro de cada división¹.

Esta discrepancia se debe a que la TIO que ha servido para elaborar las correspondientes MCS realiza el desglose de las actividades productivas a nivel de división y no de grupo.

Tabla 1: Estructura de las MCS de Andalucía (2010 y 2014)

1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	29	Actividades inmobiliarias
2	Extractivas	30	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos
3	Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco	31	Investigación y desarrollo
4	Industria textil, confección, cuero y calzado	32	Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias
5	Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas	33	Actividades de alquiler
6	Coquerías y refino de petróleo	34	Actividades relacionadas con el empleo
7	Industria química	35	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
8	Fabricación de productos farmacéuticos	36	Actividades de seguridad e investigación;

¹ En el caso de "Transporte terrestre y por tuberías", la nota metodológica de la CSTE indica que se consideran como actividades características del turismo, solamente aquellas correspondientes a los grupos "Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril", "Transporte de mercancías por ferrocarril" y "Otro transporte terrestre de pasajeros", mientras que se excluyen las actividades correspondientes a "Transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza" y "Transporte por tubería". Igualmente sucede en el caso de "Actividades de alquiler", donde la actividad característica se circunscribe al grupo "Alquiler de vehículos de motor", quedando excluidas "Alquiler de efectos personales y artículos de uso doméstico", "Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles" y "Arrendamiento de la propiedad intelectual y productos similares, excepto trabajos protegidos por los derechos de autor"

			servicios a edificios y actividades de jardinería
9	Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no metálicos	37	Actividades administrativas y servicios auxiliares a la empresa
10	Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	38	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria
11	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	39	Educación
12	Industria de material y equipo eléctrico	40	Actividades sanitarias
13	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	41	Actividades de servicios sociales
14	Fabricación de material de transporte	42	Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas
15	Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo	43	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento
16	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	44	Otros servicios
17	Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	45	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio
18	Construcción	46	Trabajo
19	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	47	Capital
20	Transporte terrestre y por tuberías	48	Consumo
21	Transporte marítimo y por vías navegables interiores. Transporte aéreo	49	Cotizaciones sociales
22	Almacenamiento, actividades anexas al transporte y comunicaciones	50	Impuestos Netos sobre Productos
23	Servicios de alojamiento	51	IRPF
24	Servicios de comidas y bebidas	52	Cotizaciones sociales a los empleados
25	Edición, actividades audiovisuales y de radiodifusión	53	Administración Pública
26	Telecomunicaciones	54	Ahorro / Inversión
27	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	55	Sector Exterior
28	Servicios financieros, seguros y auxiliares		

Fuente: Elaboración propia.

La agregación de las cuentas anteriores en una única que pasaremos a denominar “Turismo”, número 20 de la Tabla 3, nos permitirá tener una visión de conjunto de dicha actividad y de su importancia relativa sobre el conjunto de la economía regional.

Tabla 2: Sector turístico a partir de la MCS de Andalucía (2010 y 2014)

20	Transporte terrestre y por tuberías	33	Actividades de alquiler
21	Transporte marítimo y por vías navegables interiores. Transporte aéreo	35	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
23	Servicios de alojamiento	42	Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas
24	Servicios de comidas y bebidas	43	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento
29	Actividades inmobiliarias		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: Estructura de las MCS-Turismo de Andalucía (2010 y 2014)

1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	25	Servicios financieros, seguros y auxiliares
2	Extractivas	26	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos
3	Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco	27	Investigación y desarrollo
4	Industria textil, confección, cuero y calzado	28	Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias
5	Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas	29	Actividades relacionadas con el empleo
6	Coquerías y refino de petróleo	30	Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería
7	Industria química	31	Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas
8	Fabricación de productos farmacéuticos	32	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria. Organismos extraterritoriales
9	Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no metálicos	33	Educación
10	Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	34	Actividades sanitarias
11	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	35	Actividades de servicios sociales
12	Industria de material y equipo eléctrico	36	Otros servicios
13	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	37	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio
14	Fabricación de material de transporte	38	Trabajo
15	Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo	39	Capital
16	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	40	Consumo
17	Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	41	Cotizaciones sociales
18	Construcción	42	Impuestos Netos sobre Productos
19	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	43	IRPF
20	Turismo	44	Cotizaciones sociales a los empleados
21	Almacenamiento, actividades anexas al transporte y comunicaciones	45	Administración Pública
22	Edición, actividades audiovisuales y de radiodifusión	46	Ahorro / Inversión
23	Telecomunicaciones	47	Sector Exterior
24	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información		

Fuente: Elaboración propia.

Como es conocido, las actividades que delimitan el agregado Turismo se encuadran en el sector terciario o sector servicios, representando el 32,7% y el 34,4% de la producción del mismo en los años 2010 y 2014, respectivamente. En términos de empleo, el turismo supuso un 18,2% y un

18,4% del total de puestos de trabajo equivalentes² en el sector de servicios andaluz durante los años de estudio.

A continuación, en la Tabla 4 se detalla el peso relativo de las grandes ramas de actividad, pudiendo observarse que el turismo tiene mayor importancia relativa en la economía regional, en términos de producción y empleo, que las ramas de actividades primarias y construcción durante estos años, así como mayor importancia que las de industria en términos de empleo.

Tabla 4: Importancia relativa del sector Turismo en Andalucía (2010 y 2014)

Sector de actividad	Producción total (% sobre el total)		Puestos de trabajo equivalentes (% sobre el total)	
	2010	2014	2010	2014
Ramas de actividades primarias	3,9%	3,6%	7,8%	8,6%
Ramas de actividades industriales	24,3%	29,3%	9,2%	8,4%
Construcción	13,0%	7,6%	8,5%	5,3%
Turismo	19,2%	20,4%	13,5%	14,3%
Resto de las actividades de servicios	39,6%	39,1%	61,0%	63,4%

Fuente: Elaboración propia.

2.1. Análisis de sectores clave.

Si hacemos referencia a la metodología del análisis, ésta se apoya en la combinación de dos tipos de enlaces intersectoriales, los *Backward linkages* (BL), o vínculos hacia atrás, y los *Forward linkages* (FL), o vínculos hacia delante. Los primeros aportan información sobre el efecto que tiene el aumento de la demanda de un sector en la economía, es decir, de dónde proceden los inputs que un sector requiere para incrementar su producción. Los FL, por su parte ofrecen información sobre el efecto en el resto de sectores de cambios en el valor de los inputs primarios, y, por tanto, en la producción de un sector concreto, es decir, cuál es el destino de la producción de un sector y en qué medida afecta al resto la variación en su valoración (Karlsson, 2017). A partir de los dos tipos de enlaces señalados y siguiendo a Rasmussen (1956), podemos efectuar la siguiente clasificación de los sectores productivos de una economía:

Tabla 5: Clasificación de Sectores según Rasmussen

	BL <1	BL ≥1
FL <1	Independientes	Impulsores
FL ≥1	Base	Clave

Fuente: Elaboración propia

- **Sectores clave:** presentan valores de FL y BL iguales o superiores a la unidad. Son sectores que ofrecen y demandan grandes cantidades de inputs intermedios que suelen estar muy repartidas entre las distintas ramas. Son una parte muy importante del flujo de toda la economía, al ser

² Como medida del empleo se han utilizado el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo (ETC). Éstos se obtienen como el total de horas trabajadas dividido por la media anual de las horas trabajadas en puestos de trabajo a tiempo completo en el territorio económico.

fuertemente impulsados por variaciones en cualquier sector, y este impulso afecta a su vez, de forma importante al resto del sistema, con lo que pueden provocar un aumento generalizado de la actividad económica.

- Sectores base o estratégicos: son aquellos que presentan una baja demanda de inputs ($BL < 1$), siendo el destino de su producción preferentemente el uso intermedio ($FL \geq 1$). Es decir, sirven de input a otros sectores, por lo que sus variaciones, en precios o cantidades, afectan de forma importante al resto.

- Sectores impulsores: son grandes demandantes de inputs intermedios ($BL \geq 1$), si bien su producción no tiene por qué ser destinada a otros procesos productivos ($FL < 1$). Dada la capacidad que tienen de inducir otras actividades, pueden afectar en mayor cuantía al crecimiento global de la economía.

- Sectores independientes: son aquellos que presentan unos enlaces hacia delante y hacia atrás por debajo inferiores a la unidad. Son sectores con poco impacto en la economía, y su desarrollo no afecta a los sectores que genera inputs para ellos, ni para los sectores que utilizan sus inputs.

A continuación, en la Tabla 6 se aprecia la clasificación de sectores en los grupos arriba señalados, para la región andaluza tanto en 2010 como en 2014. En la misma, se ha sombreado en gris los vínculos con valor igual o superior a la unidad. Se puede observar como el grupo de sectores clave, aquellos con valores FL y BL superiores a la unidad, permanece prácticamente igual en los años de estudio, estando compuesto por las siguientes ramas: Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas (5), Industria química (7), Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no metálicos (9), Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo (10), Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo (15), Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado (16); Construcción (18), Turismo (20); Telecomunicaciones (23), Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos (26), Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias (28). En 2010 también pertenecen al grupo de sectores claves las ramas de Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco (3); Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas (19); y Servicios financieros, seguros y auxiliares (25).

El sector turístico es, por tanto, uno de los sectores Clave en la economía andaluza durante el periodo de estudio analizado.

Posteriormente, el análisis de las ramas que componen el sector turístico (resaltadas en negrita) pone de manifiesto la creciente importancia de esta actividad en la economía regional (Tabla 7). Así, al grupo de sectores clave (con FL y BL superiores a la unidad), junto a la rama de Transporte terrestre y por tuberías (20), se incorporan en 2014 las ramas Servicios de alojamiento (23) y Actividades de alquiler (33). Ambas eran sectores impulsores en 2010 pero apuntaban su

transición hacia sectores claves, dado el elevado valor de los FL. Otro grupo lo constituye los sectores impulsores (BL superior a la unidad): Servicios de comidas y bebidas (23); Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos (35); Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas (42) y Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento (43). Estas dos últimas presentan además un valor creciente en su FL por los que puede que finalmente se acaben convirtiendo en sectores claves. Al grupo de los sectores impulsores se une, en 2014, la rama de Transporte marítimo y por vías navegables interiores (21). Por último, las Actividades inmobiliarias (29) se mantienen como sector base en el periodo de estudio (FL mayor que la unidad).

Tabla 6: Clasificación sectorial de Andalucía (2010 y 2014)

Sectores Productivos		2010		2014	
		FL	BL	FL	BL
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1,01	0,99	0,90	0,93
2	Industrias extractivas	1,71	0,71	0,90	0,83
3	Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco	1,11	1,28	0,94	0,86
4	Industria textil, confección de prendas vestir, industria del cuero y del calzado	0,79	0,82	0,91	0,93
5	Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas	1,18	1,13	1,24	1,19
6	Coquerías y refino de petróleo	0,95	1,16	0,95	0,82
7	Industria química	1,23	1,13	1,18	1,02
8	Fabricación de productos farmacéuticos	0,74	0,74	0,84	0,86
9	Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no metálicos	1,01	1,07	1,02	1,09
10	Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	1,35	1,22	1,23	1,03
11	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	0,88	0,76	0,95	0,89
12	Fabricación de material y equipo eléctrico	0,85	0,94	0,94	1,02
13	Fabricación de maquinaria y equipo	0,84	0,85	0,92	0,96
14	Fabricación de material de transporte	0,81	0,96	0,88	0,97
15	Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo	1,01	1,08	1,04	1,13
16	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1,31	1,18	1,22	1,01
17	Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	0,92	1,06	0,95	1,10
18	Construcción	1,26	1,43	1,03	1,06
19	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	1,21	1,10	1,16	0,90
20	Turismo	2,03	1,06	1,74	1,00
21	Almacenamiento, actividades anexas al transporte y comunicaciones	1,08	1,22	1,08	1,19
22	Edición, actividades audiovisuales y de radiodifusión	0,85	1,11	0,96	1,21
23	Telecomunicaciones	1,12	1,00	1,14	1,04
24	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	0,86	0,93	0,96	1,04
25	Servicios financieros, seguros y auxiliares	1,18	1,00	1,10	0,99
26	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	1,19	1,09	1,14	1,06
27	Investigación y desarrollo	0,67	0,81	0,80	0,93

Sectores Productivos		2010		2014	
		FL	BL	FL	BL
28	Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias	1,08	1,04	1,08	1,14
29	Actividades relacionadas con el empleo	0,74	0,80	0,88	0,93
30	Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería	0,94	0,88	1,01	0,98
31	Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	0,86	1,10	0,96	1,21
32	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria. Organismos extraterritoriales	0,66	0,89	0,79	0,89
33	Educación	0,72	0,81	0,84	0,87
34	Actividades sanitarias	0,77	0,97	0,87	0,97
35	Actividades de servicios sociales	0,67	0,98	0,80	1,05
36	Otros servicios	0,74	1,06	0,86	1,11
37	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio	0,66	0,66	0,79	0,79

Fuente Elaboración propia

Tabla 7: Clasificación sectorial extendida de Andalucía (2010 y 2014)

Sectores productivos		2010		2014	
		FL	BL	FL	BL
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1,03	0,97	0,89	0,90
2	Extractivas	1,78	0,70	0,88	0,81
3	Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco	1,21	1,25	1,02	0,83
4	Industria textil, confección, cuero y calzado	0,79	0,80	0,90	0,91
5	Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas	1,23	1,11	1,26	1,16
6	Coquerías y refino de petróleo	1,06	1,14	1,01	0,80
7	Industria química	1,25	1,11	1,18	0,99
8	Fabricación de productos farmacéuticos	0,73	0,73	0,82	0,84
9	Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no metálicos	1,03	1,05	1,02	1,07
10	Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	1,39	1,20	1,24	1,00
11	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	0,88	0,74	0,94	0,86
12	Industria de material y equipo eléctrico	0,85	0,92	0,93	1,00
13	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	0,87	0,83	0,93	0,93
14	Fabricación de material de transporte	0,88	0,94	0,92	0,95
15	Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo	1,08	1,06	1,08	1,10
16	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1,43	1,15	1,30	0,98
17	Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	0,94	1,04	0,96	1,07
18	Construcción	1,37	1,40	1,07	1,04
19	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	1,40	1,08	1,30	0,88
20	Transporte terrestre y por tuberías	1,27	1,19	1,19	1,08
21	Transporte marítimo y por vías navegables interiores. Transporte aéreo	0,80	0,94	0,90	1,04
22	Almacenamiento, actividades anexas al transporte y comunicaciones	1,37	1,21	1,27	1,17
23	Servicios de alojamiento	0,94	1,07	1,06	1,08
24	Servicios de comidas y bebidas	0,70	1,19	0,81	1,01
25	Edición, actividades audiovisuales y de radiodifusión	0,86	1,09	0,96	1,19
26	Telecomunicaciones	1,20	0,98	1,20	1,02
27	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	0,87	0,91	0,96	1,01
28	Servicios financieros, seguros y auxiliares	1,34	0,97	1,20	0,96
29	Actividades inmobiliarias	1,21	0,84	1,18	0,82
30	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	1,29	1,06	1,20	1,03
31	Investigación y desarrollo	0,66	0,79	0,78	0,90

Sector productivo		2010		2014	
		FL	BL	FL	BL
32	Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias	1,20	1,02	1,16	1,11
33	Actividades de alquiler	0,96	1,08	1,02	1,16
34	Actividades relacionadas con el empleo	0,74	0,78	0,86	0,90
35	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	0,72	1,21	0,84	1,31
36	Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería	1,03	0,86	1,08	0,95
37	Actividades administrativas y servicios auxiliares a la empresa	0,87	1,08	0,96	1,18
38	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria	0,65	0,87	0,77	0,87
39	Educación	0,72	0,79	0,83	0,84
40	Actividades sanitarias	0,77	0,95	0,86	0,94
41	Actividades de servicios sociales	0,65	0,96	0,78	1,02
42	Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas	0,77	1,13	0,90	1,21
43	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	0,81	1,15	0,94	1,23
44	Otros servicios	0,76	1,04	0,87	1,08
45	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio	0,65	0,65	0,77	0,77

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Paisaje tridimensional

El análisis anterior se amplía mediante la metodología *structural path analysis*, propuesta por Sonis, Hewings, y Sulistyowati (1997), que permite estudiar las interdependencias sectoriales de una economía mediante el cálculo de la Matriz del Producto Multiplicador (MPM). Dicha matriz se obtiene a partir de los elementos de la matriz de multiplicadores M de la MCS empleada:

$$y_j = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n m_{ij} \quad (1)$$

Donde $M_i.$, $M.j$ son unos vectores multiplicadores en los que cada elemento se obtiene como la suma de la fila y columna correspondiente de la matriz M .

El producto de estos vectores aparece corregido por un factor de “intensidad global”, calculado como la suma de todos los elementos de la matriz M .

A partir de esta *MPM* se construye un paisaje tridimensional de la economía que permite por un lado, visualizar cuáles son los sectores con poder de dispersión. Es decir, aquellos que son capaces de generar un impacto superior a la media en la economía por cambios en ellos mismos. Y por otro, detectar cuáles son los sectores con sensibilidad de dispersión, o lo que es lo mismo, aquellos más influidos por cambios en el resto del sistema. Igualmente, nos permite entender la forma en la que interactúan con el resto de ramas de la economía regional andaluza.

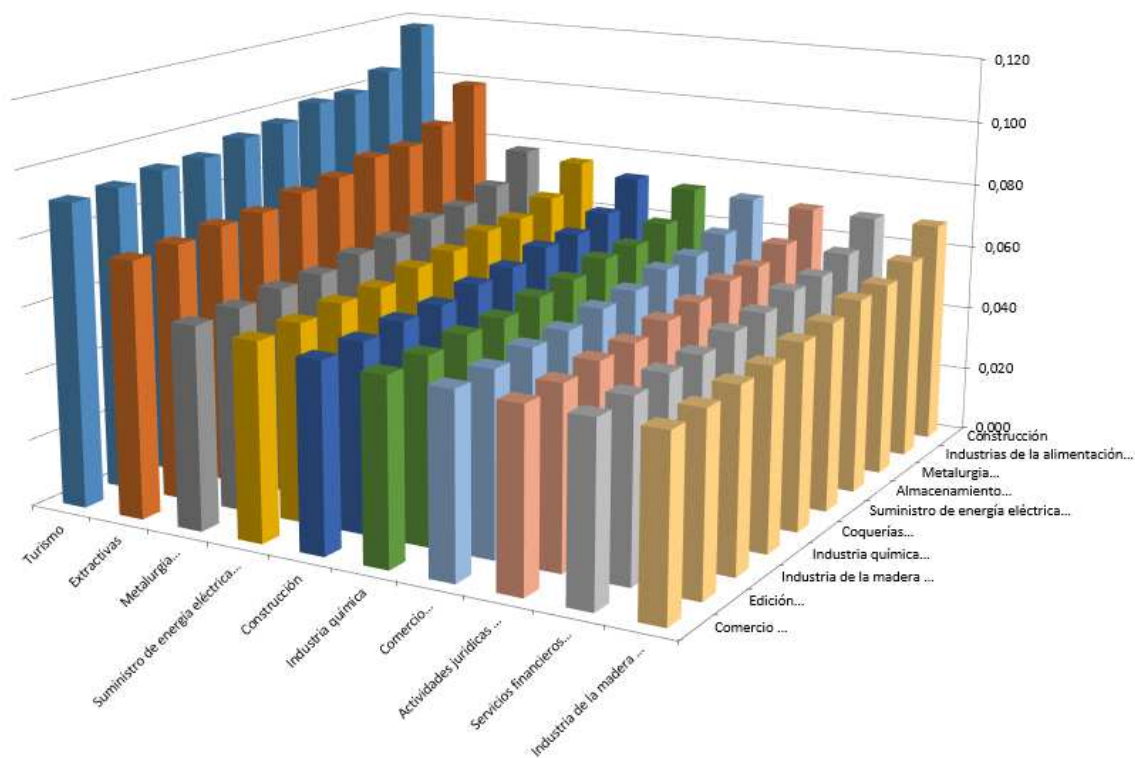
En las Figuras 1 y 2 se representan dichos paisajes para Andalucía en cada uno de los años de análisis. Se muestran las diez ramas más relevantes.

Como podrá observarse, tanto en 2010 como en 2014, el Turismo es el sector con mayor capacidad de influir en la economía, si bien los sectores con los que interactúa sufren

modificaciones entre ambos años. Para 2010, las mayores interacciones se produjeron entre el Turismo y la Construcción, mientras que la menor se dio con la rama de Comercio. En 2014, por su parte, la mayor interacción corresponde al par Turismo y Actividades Administrativas, mientras que el par Turismo y Construcción pasa a ocupar el último lugar.

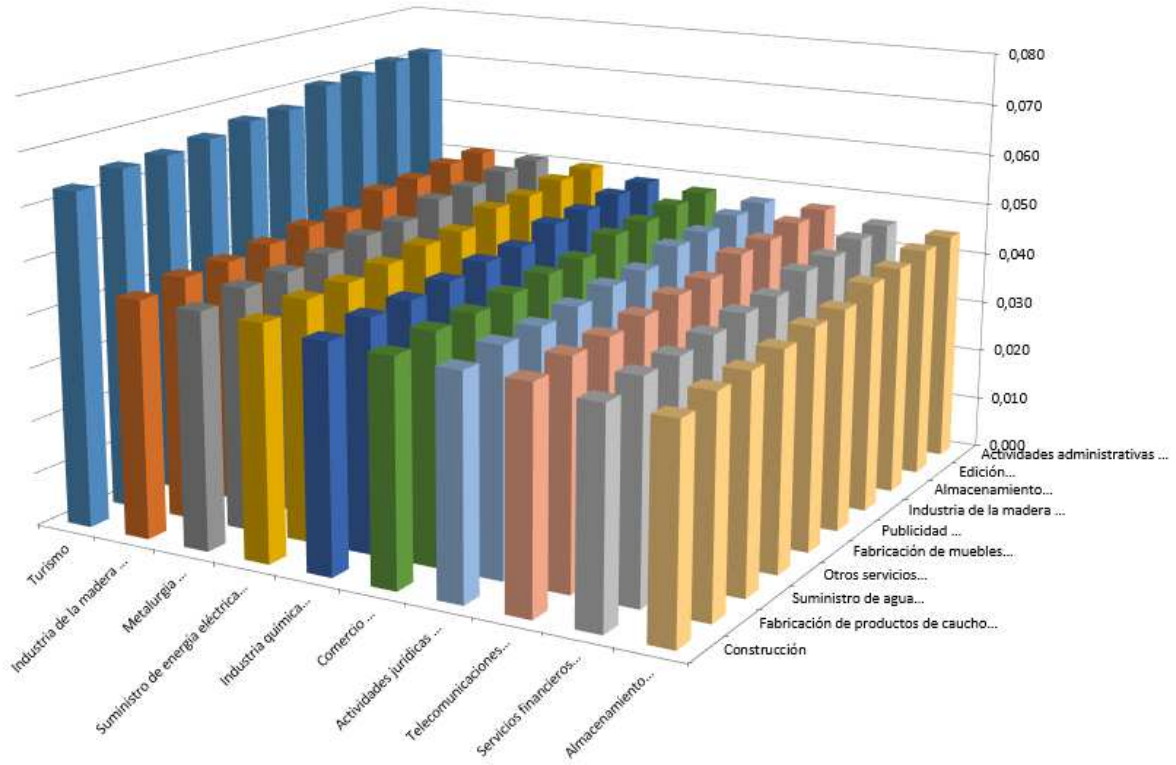
A continuación, las Figuras 3 y 4 nos permiten observar el paisaje tridimensional propio de las actividades que integran el agregado Turismo. A partir del mismo es posible observar las interacciones de estas actividades con el resto de sectores productivos. A efectos prácticos solo se muestra la relación con los 10 primeros sectores. Como puede contemplarse, la capacidad para influir en la economía regional de las distintas actividades turísticas varía ligeramente entre los años de referencia, si bien Transporte terrestre y por tuberías (20) y Actividades inmobiliarias (29) mantienen las primeras posiciones en ambos años, mientras que Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos (35) y Servicios de comidas y bebidas (23) ocupan las últimas posiciones dentro del subconjunto que representan las actividades propias del Turismo.

Figura 1. Paisaje tridimensional de Andalucía 2010



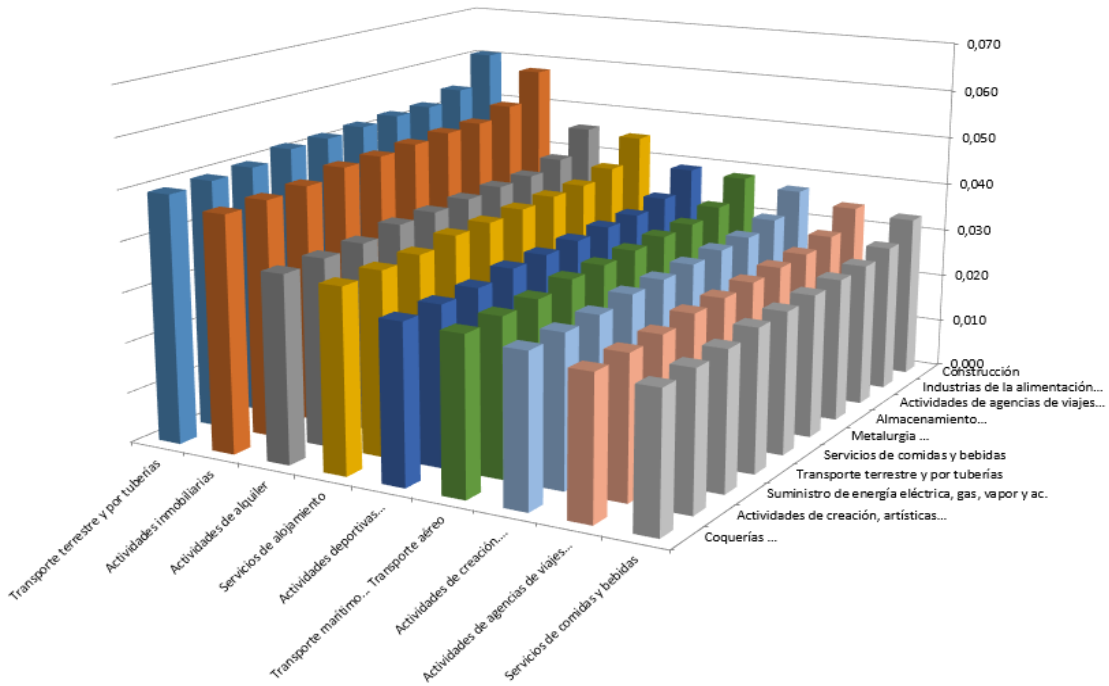
Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Paisaje tridimensional de Andalucía 2014



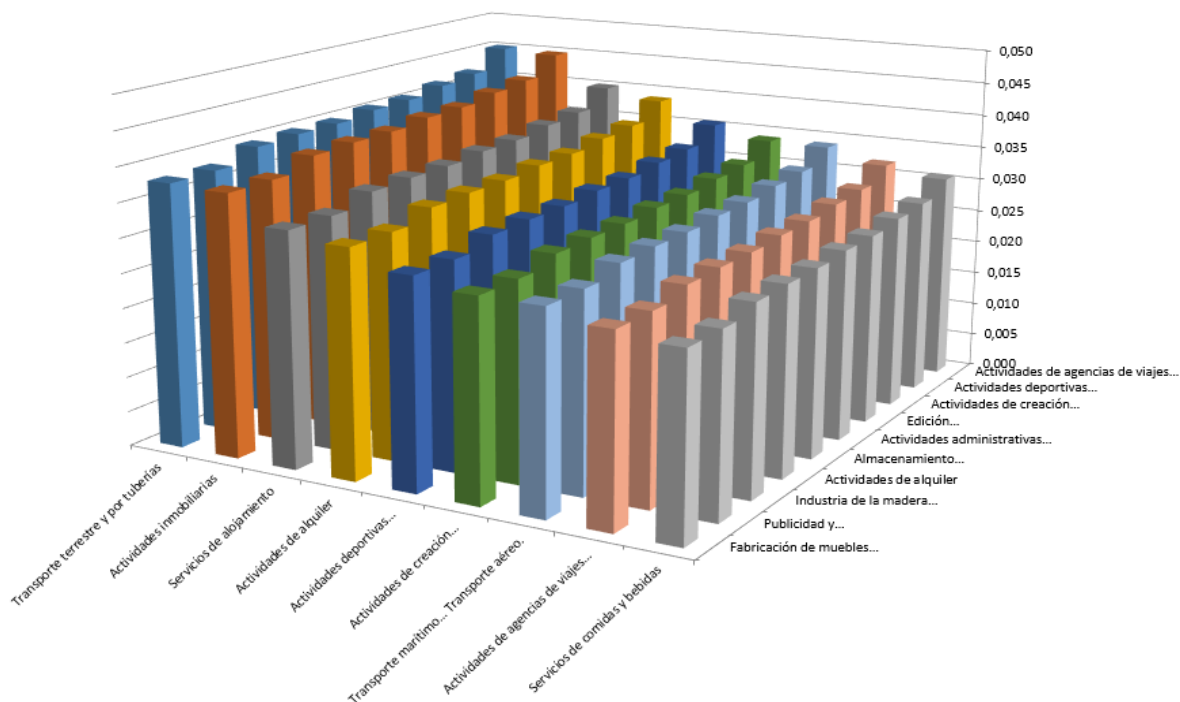
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Paisaje tridimensional “actividades características del Turismo en Andalucía” 2010



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Paisaje tridimensional “actividades características del Turismo en Andalucía” 2014



Fuente: Elaboración propia.

2.3. Multiplicadores de empleo

A partir de la información obtenida para la región andaluza en el año objeto de estudio, se presentan los multiplicadores de empleo resultantes. Estos indican el efecto expansivo de impactos de demanda final, es decir, el grado de sensibilidad de cada sector en términos de empleo a la demanda. Así, en la Tabla 8 se muestran los multiplicadores de empleo confeccionados para los años 2010 y 2014. En ellos se puede observar, cuántos empleos se generan por cada millón de euros inyectados a cada sector de la economía andaluza. Al igual que en la tabla anterior, el sector “Turismo” se ha resaltado en negrita. Además, se han sombreado los valores correspondientes a una creación de empleo por encima de la media del año de estudio, que es de 12,4 y 13,8 empleos equivalentes por cada millón de euros para los años 2010 y 2014, respectivamente. Estos años, la rama de actividad con mayor capacidad para generar empleo era Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio (45), mientras que las Industrias extractivas (2) y Coquería y refino de petróleo (6) fueron las que menos empleo generaron en 2010 y 2014, respectivamente. Por su lado, la capacidad para generar empleo del Turismo (20) se muestra por debajo de la media del conjunto de la economía regional, con 10,6 y 8,6 empleos por cada millón de euros, en los dos años de estudio.

Tabla 8: Multiplicador de empleo de la economía andaluza (2010 y 2014)

Sectores Productivos		2010	2014
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	19,7	28,4
2	Industrias extractivas	0,8	5,0
3	Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco	10,1	4,0

Sectores Productivos		2010	2014
4	Industria textil, confección de prendas de vestir, industria del cuero y del calzado	3,8	10,3
5	Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas	9,2	11,1
6	Coquerías y refino de petróleo	1,5	0,3
7	Industria química	3,4	2,3
8	Fabricación de productos farmacéuticos	1,1	2,6
9	Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no metálicos	6,0	7,5
10	Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	6,1	4,7
11	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	1,8	7,0
12	Fabricación de material y equipo eléctrico	4,0	5,0
13	Fabricación de maquinaria y equipo	4,1	10,0
14	Fabricación de material de transporte	3,6	4,7
15	Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo	9,3	14,5
16	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	4,0	2,3
17	Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	9,5	9,7
18	Construcción	13,2	8,7
19	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	22,7	18,5
20	Turismo	10,6	8,6
21	Almacenamiento, actividades anexas al transporte y comunicaciones	12,5	10,6
22	Edición, actividades audiovisuales y de radiodifusión	12,1	14,4
23	Telecomunicaciones	3,7	4,1
24	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	13,2	17,0
25	Servicios financieros, seguros y auxiliares	8,6	7,6
26	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	17,5	14,5
27	Investigación y desarrollo	9,4	19,3
28	Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias	9,9	19,1
29	Actividades relacionadas con el empleo	16,7	23,1
30	Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería	33,3	39,3
31	Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	25,9	30,6
32	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria. Organismos extraterritoriales	22,6	18,2
33	Educación	18,4	17,8
34	Actividades sanitarias	15,6	14,4
35	Actividades de servicios sociales	23,8	20,2
36	Otros servicios	23,1	23,6
37	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio	49,9	52,5

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 9 se muestra el multiplicador de empleo para cada uno de las actividades características del Turismo. Esta desagregación nos permite comprobar que algunas de ellas son, sin embargo, capaces de generar empleo por encima de la media regional.

Tabla 9: Multiplicador de empleo extendido de la economía andaluza (2010 y 2014)

Sectores Productivos		2010	2014
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	19,7	28,4
2	Extractivas	0,8	5,0
3	Industrias de la alimentación, bebidas y tabaco	10,2	4,0
4	Industria textil, confección, cuero y calzado	3,8	10,3
5	Industria de la madera y del corcho, industria del papel y artes gráficas	9,3	11,2
6	Coquerías y refino de petróleo	1,5	0,3
7	Industria química	3,5	2,3
8	Fabricación de productos farmacéuticos	1,1	2,6
9	Fabricación de productos de caucho y plásticos, y de otros productos minerales no	6,2	7,6

Sectores Productivos		2010	2014
	metálicos		
10	Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	6,3	4,8
11	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	1,8	7,0
12	Industria de material y equipo eléctrico	4,0	5,0
13	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	4,1	10,0
14	Fabricación de material de transporte	3,6	4,7
15	Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo	9,3	14,5
16	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	4,0	2,3
17	Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	9,5	9,7
18	Construcción	13,2	8,7
19	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	22,6	18,4
20	Transporte terrestre y por tuberías	15,8	11,4
21	Transporte marítimo y por vías navegables interiores. Transporte aéreo	4,3	8,3
22	Almacenamiento, actividades anexas al transporte y comunicaciones	12,8	10,7
23	Servicios de alojamiento	20,2	14,6
24	Servicios de comidas y bebidas	15,2	12,4
25	Edición, actividades audiovisuales y de radiodifusión	12,3	14,7
26	Telecomunicaciones	3,6	4,1
27	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	13,2	17,0
28	Servicios financieros, seguros y auxiliares	8,4	7,5
29	Actividades inmobiliarias	3,1	1,7
30	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de consultoría de gestión empresarial; servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	17,3	14,5
31	Investigación y desarrollo	9,4	19,3
32	Publicidad y estudios de mercado; otras actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades veterinarias	9,7	19,0
33	Actividades de alquiler	9,0	12,4
34	Actividades relacionadas con el empleo	16,6	23,0
35	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	15,1	14,0
36	Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería	33,3	39,3
37	Actividades administrativas y servicios auxiliares a la empresa	26,0	30,7
38	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria	22,6	18,2
39	Educación	18,4	17,8
40	Actividades sanitarias	15,5	14,4
41	Actividades de servicios sociales	23,8	20,2
42	Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas	16,1	14,0
43	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	17,2	17,6
44	Otros servicios	23,3	23,7
45	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico o como productores de bienes y servicios para uso propio	49,9	52,5

Fuente: Elaboración propia.

En efecto, en 2010 seis de ellas presentan una capacidad para generar empleo superior a la media. Se trata, por orden de importancia: Servicios de alojamiento (23), con 20,2 empleos por cada millón de euros; Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento (43), con 17,2 empleos; Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas (42), con 16,1 empleos; Transporte terrestre y por tuberías (20), con 15,8 empleos; Servicios de comidas y bebidas (24) con 15,2 empleos y Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos (35) con 15,1 empleos.

Sin embargo, en 2014, solo cuatro de éstas cinco ramas presentan una capacidad superior a la media: Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento (43) con 17,6 empleos; Servicios de alojamiento (23) con 14,6 empleos; Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas (42) y Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos (35), con 14 empleos, respectivamente. Las ramas de Servicios de comidas y bebidas (24), con 12,4 empleos; y Transporte terrestre y por tuberías (20), con 11,4 empleos, mantienen una importante capacidad generadora de empleo aunque ligeramente inferior a la media regional.

Las restantes actividades turísticas presentan una mejoría en su capacidad para generar empleo durante el periodo de análisis. Así, la rama de Actividades de alquiler (33) pasa de 9 a 12,4 empleos, próxima a la media regional para 2014; y Transporte marítimo y por vías navegables interiores y transporte aéreo (21) casi duplican su capacidad, de 4,3 a 8,3 empleos. La única rama que no mejora es la de Actividades inmobiliarias (29), que ve reducida esta capacidad desde 3,1 a 1,7 empleos por cada millón de euros.

A pesar de la ausencia de datos más recientes, limitaciones ya descritas en el apartado 1, es posible aventurar que el aumento en el número de turistas conlleve un incremento en la demanda de bienes y servicios de la economía regional y, por tanto, que el Turismo continúe siendo una actividad Clave para Andalucía. Tal estimación puede sostenerse cuando SAETA (2016a), ha calculado que para 2015, los ingresos por turismo han sido de 17,7 millones de euros, lo que representa el 11,8% del PIB regional; si a eso le añadiéramos los ingresos por excursionismo, la participación se mantendría en torno al 13,1% del mismo. Esta tendencia de crecimiento positiva es del 5,2% sobre los años de crisis. En este comportamiento positivo ha contribuido el incremento en el flujo de turistas (8,2 %) que ha cerrado 2015 con 26 millones de visitantes, casi dos millones más que en 2014, siendo cifra histórica que supera por primera vez en la crisis, el nivel de turistas de 2007, y al aumento de casi tres euros en el gasto medio diario que se ha estimado en (62,84 euros). Sin embargo, la estancia media se ha estancado en 8,7 días de promedio.

El trabajo realizado en este apartado 2 constituye una interesante base para seguir profundizando en una futura línea de investigación. A saber, una aproximación al consumo de los no residentes en Andalucía, de cara a posicionamientos estratégicos en la política regional. El gasto de los no residentes en Andalucía tiene diferentes impactos y facetas, particularmente la inmobiliario/turística (Fernández y Cruz, 2013). Los turistas no residen sino que se alojan, pero siempre con una correlación directa con el aumento de las pernoctaciones.

3. TURISMO Y DESARROLLO REGIONAL SOSTENIBLE EN ANDALUCÍA.

Visto el análisis matricial realizado, cabría hacer alguna reflexión sobre el comportamiento del turismo andaluz en la salida de la crisis. Así como su aportación al Desarrollo Regional Sostenible, y al Territorio, pues la actividad turística es esencialmente territorial (Santos et al, 2016); tanto como soporte y atractivo; tanto como recurso y producto.

En primer lugar, una de orden metodológico. El Sistema Andaluz de Estadística Turística de la Junta de Andalucía (SAETA, 2015), siguiendo el interés científico que despierta la sostenibilidad turística y la necesidad de encontrar indicadores de medición fiables y cuantitativos (Ko, 2005; Buckley, 2012; Ruhanen, Weiler, Moyle, y McLennan, 2015; Fernández, Foronda, Galindo y García, 2017), ha concebido un panel de indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible. A modo de inventario recoge 348 indicadores que componen un sistema organizado en 40 temas y 7 áreas clave: Gobernanza, Territorio, Vulnerabilidad, Rentabilidad, Diversificación, Calidad, Innovación. Grandes bloques conceptuales que consideramos un trabajo relevante y que afina las aportaciones al respecto de la Dirección General de Turismo de la UE a través del ETIS (Comisión Europea, 2013) y del Global Sustainable Tourism Council (GSTC, 2013). El problema es que no ha habido posibilidad hasta la fecha de calcular y sistematizar aplicadamente dichos indicadores en la práctica territorial para la región. Sólo alguna aproximación, denominada como “semafórica”, es decir de valoración cualitativa: rojo (negativa), ámbar (regular) y verde (positiva) concebida para algunas partes del Plan General de Turismo de Andalucía. (SAETA, 2014). A todas luces insuficiente.

Hemos demostrado su vinculación como sector clave para el desarrollo regional de Andalucía en la salida de la crisis; con lo que nos proponemos reflejar ahora el panorama de situación del turismo andaluz en la coyuntura actual. Utilizaremos “in extenso” la información que proporciona la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte de Andalucía (EPTA) anualmente. (SAETA, 2016; SAETA, 2016b). Sus cuentas satélites y balances anuales nos proporcionan una visión descendente de la actividad desde aspectos generales hasta los más específicos, lo que significa que a partir de la explicación del equilibrio básico (oferta-demanda) pueden plantearse diferentes alternativas de desarrollo (Auriol, 2000).

Con sus datos se ha trabajado sobre cuatro elementos selectivos de análisis, de elaboración propia: Dimensión Económica, Empleo, Gasto y Pernoctaciones y Densidad Tecnológica. Pues interpretamos que tales elementos son los fundamentales para la sostenibilidad económica y territorial del Turismo en Andalucía. De poco vale, en otro orden de cosas, situarnos en un discurso de regulación ambiental negativo y extremo, sin mantener un volumen suficiente de aportación del turismo al Desarrollo Regional.

3.1. Dimensión Económica.

Andalucía ha producido en el año 2015 bienes y servicios por valor de casi 13,5 mil millones de euros para satisfacer las necesidades de los turistas que la han visitado, que sumados a los

ingresos por turismo y excursionismo, más arriba citados, nos dan una dimensión económica del turismo de 30.000 millones de euros, aproximadamente. Esta suma entre arrastre de producción inducida e ingresos por turismo, suponen una relación con el PIB andaluz de casi un tercio del mismo. Pero a su vez esta producción lleva implícita una serie de efectos indirectos, que se deben a los productos y servicios indirectos que se utilizan como consumos intermedios por aquellas actividades que necesitan de éstos para atender a la demanda turística y llevar a cabo su producción (SAETA, 2016b). La dimensión económica de las ramas de producción directas e indirectas del turismo es de 22,1 miles de millones de euros. Un efecto multiplicador de 1,47, lo que quiere decir que por cada euro que consume un turista, la economía andaluza produce por valor de un euro y cuarenta y siete céntimos.

Examinado así, el turismo de manera agregada es un sector estratégico en la composición de la renta en Andalucía. Su sostenibilidad en la coyuntura actual es imprescindible en la conformación de la competitividad andaluza. Su dimensión productiva está concentrada en el litoral: la costa andaluza ha recibido durante 2015 el 59% (15,2 millones de turistas) del total, creciendo casi un 8.8% del ejercicio anterior.

Por tanto, es aquí donde se producen las economías de aglomeración y de escala, y los impactos territoriales. La relación sostenibilidad económica vs sostenibilidad ambiental es un clásico en el debate entre territorio y turismo en Andalucía. La solución a esta dialéctica, consideramos que pasa por una menor producción de planes sin impacto real en la progresión de la actividad y una mayor consideración de la planificación estratégica. Especialmente, en zonas colmatadas que precisan de una reconversión. Será la tozudez del mercado la que ajuste tales problemas. Los hechos han demostrado que no da más de sí la reivindicación territorial en áreas terminadas en el desarrollo turístico; porque son los impulsos de demanda los que incitan a los cambios. Manifiesto es el interés actual de los Fondos de Inversión (rusos, británicos y asiáticos, entre otros) en Málaga y en particular, Costa del Sol.

El problema de fondo de la dimensión turística andaluza y de sus eslabonamientos productivos es el de las viviendas con fines turísticos, tradicionalmente costeras, pero que ahora han crecido en forma de apartamentos turísticos ilegales en destinos urbanos, como sucede en Sevilla. En el año 2015, 19.455 viviendas con fines turísticos, según la Consejería de Turismo y Deporte, han presentado en el Registro de Turismo de Andalucía, su declaración responsable para el inicio de la actividad. En total ya están inscritas 79.501 plazas por esta regulación.

El sector inmobiliario/turístico en Andalucía moviliza a la construcción y tensiona el urbanismo convencional, el uso de las nuevas tecnologías, las líneas aéreas de bajo coste (el 49% de las llegadas a aeropuertos andaluces son de las compañías Ryanair, Vueling y Easyjet) y la competitividad del territorio andaluz en la Unión Europea, para residencias secundarias son factores claves en este rubro; para nosotros, de una especial relevancia en políticas públicas por sus arrastres y efectos complementarios (tipo turismo de golf, eventos o de grandes fiestas populares).

3.2. Empleo

Desde la perspectiva geográfica ha sido usual enunciar, más dificultoso es medir y estudiar el asunto científicamente, los problemas territoriales consecuencia de la dinámica turística. Temas clave para la geografía del turismo como cohesión territorial, presión humana y capacidad de carga, calidad del medio ambiente, uso de recursos, transporte y vivienda y concienciación, han sido recurrentes (IDTA, 2010) y reivindicados en la investigación. Pero escasamente aplicados en políticas públicas. Atendiendo a la actual coyuntura que en el caso del desempleo andaluz se ha convertido en desgraciadamente problema crónico y estructural (Tabla 10). La situación es casi de emergencia si atendemos a las altas tasas que viene registrando el desempleo andaluz, la mayor del país y entre las cinco mayores de Europa (IECA, 2016; EUROSTAT, 2017).

Tabla 10. Evolución de las tasas de desempleo en Andalucía (%)

Territorio	2000	2005	2007	2010	2013	2014	2015	4º Tri.2016
Andalucía	24,1	13,8	12,8	27,8	36,2	34,8	31,6	28,25
España	11,9	9,2	8,2	19,9	26,1	24,5	22,1	18,6
Europa, UE 28	8,9	9,0	7,2	9,6	10,9	10,2	9,4	8,5

Fuentes: Elaboración propia a partir de IECA (2016) y EUROSTAT (2017)

Como pudimos comprobar en el apartado anterior, el turismo se ha comportado en Andalucía como factor defensivo ante la crisis; sobre todo ante la caída en picado del sector de la construcción, y por ende del inmobiliario/turístico. Igualmente se constató que la creación de empleo ha tendido en el turismo andaluz a necesitar progresivamente más inversión para la creación del mismo empleo: una productividad aparente o una reorientación de la actividad turística por la automatización, a ser más intensiva en capital.

Sin embargo, la sostenibilidad integral del turismo, en regiones semiperiféricas o de desarrollo relativo como Andalucía, depende esencialmente del empleo; buena parte de la cohesión territorial y de los conflictos sociales, emanan de la cantidad y calidad del empleo andaluz. Hechos ambos notablemente deficitarios.

Se cifra en 357.000 la media de ocupados (SAETA, 2016) en actividades turísticas en la región. Ello representa el 12,9% del total de empleados. Pero parece que esta intensidad de ocupación tocó techo a principios del 2016, por lo que hemos comentados antes. El crecimiento de la ocupación turística ha tenido un balance similar a la del sector servicios (4,3%) que es la misma por cierto que el magro promedio andaluz. La dimensión de la empleabilidad turística andaluza puede comprobarse en el contexto español, ya que es tras Cataluña, la región española con más ocupados turísticos (16% del total estatal).

Más interesante es comprobar, aparte del peso de la ocupación turística, su desagregación profesional. En Andalucía, se compone de asalariados (78,7%) y autónomos (21,3%), con un crecimiento en los dos últimos años de los primeros sobre los segundos (9,5%). Empero, el peso de los autónomos en el sector turístico andaluz (76.100 efectivos de promedio) es de mucho mayor peso relativo que en sectores como el de servicios. Ello nos habla de la proliferación de

asalariados encubiertos o empresas unipersonales. Reflejo de la flexibilidad del sector, acostumbrado a ajustes económicos y de empleo en los ciclos de recesión de la demanda.

El 29,3% de la mano de obra de la actividad turística andaluza trabaja a tiempo parcial, un indicador de la aparente precariedad del empleo en nuestro sector. Abundando en la misma y en el empleo de mala calidad: entre 2015 y 2016, la población ocupada a tiempo parcial ha registrado un notable crecimiento (23,6%) frente a la de tiempo completo (1,7%). Más aún, el sector turístico andaluz es el primero en ocupación a jornada parcial de la Comunidad Andaluza, muy por encima del sector servicios (21,1%) o del total de Andalucía (18,2%). Los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IECA, 2016) cruzados con los de la Encuesta de Población Activa (INE, 2016) para los dos últimos años, nos ofrecen un panorama desalentador: la precariedad del empleo turístico andaluz es estructural y se ha intensificado en los últimos años.

En la misma Encuesta de Población Activa (EPA) se cuestiona a los trabajadores sobre los motivos de ese tipo de jornadas parciales. Ello permite cuantificar cuántos desean trabajar bajo esta fórmula o se ven obligados a ello por mera necesidad o déficit de otras ofertas de empleo. Se trata en Andalucía de un subempleo por insuficiencia de horas, ya que son ocupados y ocupadas que aun deseando trabajar más horas y estar disponibles para hacerlo, no han hallado un empleo con jornada de trabajo más amplia. En Andalucía en 2015, son el 78% de los ocupados en el sector turístico los que lo hacen a tiempo parcial y manifestaron no haber encontrado otro alternativo a tiempo completo. Un porcentaje negativo, contundente, precario y elevado, por cuanto en el año 2007 el dato era del 47% (INE, 2016).

Se percibe aquí los efectos de la reforma laboral auspiciadas por el gobierno central, amén de la tradicional estacionalidad del empleo turístico, tanto en horas como en meses (con una marcada estacionalidad estival). Pero lo realmente relevante es la intensificación de este procedimiento de precariedad laboral y de baja calidad del empleo, en la salida de la Crisis. Y lo que es más, en el que se considera el año histórico por llegada de turistas (28,2 millones) y de pernoctaciones (51,5 millones). Son datos ofrecidos por SAETA para 2016 en su informe anual para la International Travel Exhibition-Berlin (ITB). En este marco internacional del turismo, la máxima representante del gobierno andaluz ha solicitado al sector un trabajo “estable, de calidad y digno”. Algo que no se comparece con el crecimiento notable de la demanda turística (un 8% entre 2015/2016). La Presidenta, igualmente se refirió a los afiliados a la Seguridad Social en la hostelería andaluza (231.000). Sin duda, esta afiliación es de las más notables en comparación con otros sectores en Andalucía, pero tiene un comportamiento análogo al español en su crecimiento y esconde la precariedad, en años denominados históricos, de la ocupación turística en Andalucía. Particularmente cuando la restauración ocupa al 56,5% del empleo andaluz y los alojamientos el 15%. Según datos de la EPA (INE, 2016), por enfatizar en la llamada retóricamente flexibilidad laboral, en 2015, el 53,1% son contratos de duración indefinida y el 46,9% restante de duración temporal; pero el crecimiento de estos últimos fue el triple (15,8%) del experimentado por los indefinidos (4,5%). Fruto estructural de la mentada estacionalidad turística especialmente la litoral,

pero también de la reforma laboral que con esta tendencia va a igualar en próximos ejercicios los contratos indefinidos con temporales al 50% de la totalidad del empleo turístico andaluz. A principios de la crisis, la tasa de temporalidad era del 41,4% (2008) y es del 46,9%, como hemos comprobado en el 2015; rompiéndose la tendencia descendente antes del 2007. Recuérdese que la tasa de temporalidad en el total de la economía andaluza es mucho menor (35,2%).

3.3. Gasto Turístico y Pernoctaciones

En el análisis insumo/producto, nos hemos referido a la imperiosa necesidad de acometer políticas de gasto del consumo de los no residentes, y que uno de los puntales para ello es el aumento de las pernoctaciones. Gasto y pernoctaciones, claves de la competitividad turística y de su sostenibilidad en Andalucía. Las pernoctaciones andaluzas se cerraron en el 2015 con la cifra de 48 millones; tres millones más que en 2014. Dato muy alentador, por lo que supone un crecimiento de las mismas del 6%. En los ciclos turísticos, estos ascensos se deben a las mejorías de las pernoctaciones de los extranjeros (9,5%) sobre la mayor estabilidad del seguro turístico andaluz, que son las pernoctaciones españolas.

La estancia media de un turista en Andalucía para el 2015 fue de 8,7 noches de media; claramente de vocación litoral: el 68,3 % de las pernoctaciones andaluzas son costeras. Y el liderazgo pleno de las mismas es la Costa del Sol, a mucha distancia de los demás destinos litorales andaluces. Las estancias medias andaluzas tienen una desviación típica de la media muy relevante en la costa malagueña, que prácticamente construyen tres regiones turísticas al efecto en Andalucía: litoral de Málaga, resto de costas e interior de Andalucía.

Por consiguiente, las pernoctaciones y las estancias medias andaluzas en turismo tienen un sesgo de saturación y concentración en la Costa del Sol. Ello evidencia la necesidad de mejores equilibrios si el impacto benefactor de las pernoctaciones se hiciera más evidente en el resto del territorio andaluz. Los ejemplos de saturación urbana en el turismo del interior andaluz están lejos de los ejemplos europeos (Amsterdam, Venecia, París o Barcelona), y la capacidad de carga (Navarro, Mihaela y Fernández, 2013) se resiente en la Costa del Sol (déficit crónico infraestructural). Un desequilibrio territorial evidente.

Por su parte, el gasto medio de un turista en Andalucía se ha cifrado para 2015 en 62,84 euros (SAETA, 2016). Si procedemos a un cálculo más grosero de este capítulo de gasto, aplicándole la estancia media antes mencionada a cada turista, obtendremos una cifra de 547 euros por turista, como gasto medio en el mismo año. Son cifras que no nos hablan de un denominado turismo de calidad y que se asientan en una competitividad basada en el factor precios y precariedad del empleo.

El turismo andaluz es muy sensible en esta materia, a la mayor afluencia de turistas internacionales, que gastan 10 euros más por persona y día y especialmente 325,63 euros más que los españoles, así como el doble de estancia promedio, nada menos. En este rubro queda prácticamente todo por hacer desde las políticas públicas. Pensamos que las declamaciones

sobre los años record en turismo, el marketing institucional propagandístico (muy costoso, y donde no se ha estudiado aún su verdadero efecto en coste sobre el gasto turístico), más la obsesión por el número de visitantes, esconden lo verdaderamente interesante para el mejor desarrollo territorial en Andalucía. A saber, políticas de potenciación del gasto de los no residentes (particularmente en la esfera de las actividades complementarias, el ocio, las motivaciones y las experiencias y las actividades turísticas no alojativas ni de restauración). Y políticas de reequilibrio espacial de las pernoctaciones, estancia media y, por tanto, gasto turístico en nuestra Comunidad Autónoma.

3.4. Densidad Tecnológica

Verdaderamente este asunto no es singular a la actividad turística andaluza, sino que como es suficientemente reconocido, forma parte de los problemas estructurales de la competitividad regional.

La industria turística en general se ha visto fuertemente transformada por el desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo por la adopción de internet en la comercialización y prescripción turísticas (comercio electrónico). Sin embargo, es muy complejo acercarse a una verdadera valoración de la densidad tecnológica del sector turístico por la ausencia de datos y estudios en la materia. Por otro lado, es insustancial hablar de la introducción de webs en la empresa turística andaluza, prácticamente al igual que en la Unión Europea, la casi totalidad de los establecimientos turísticos, poseen dicha herramienta.

Por la propia configuración del negocio turístico y este hecho es más relevante, el 91% de las empresas de alojamiento andaluzas ofrecen la posibilidad de comercio electrónico. Frente al 20% de la media de las empresas andaluzas. Dato significativo y positivo, que evidencia la acomodación rápida de este servicio, imprescindible en la sociedad global, en el sector turístico andaluz. No cabe duda que en el comercio electrónico está el presente de la actividad turística, y en la potenciación del turismo individual y generar mayor gasto (mercados como los escandinavos trabajan “on line” en Andalucía en el 90% de sus reservas). La profundización en esta directriz debe ser básica en las políticas estratégicas de nuestro sector. Simplemente ya sea porque la práctica totalidad de la actividad turística en el mundo camina en esta dirección.

Otra conclusión, aún también de carácter general sobre comercio electrónico, puede extraerse de las estimaciones de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IECA, 2015). Se ha calculado que el 31% del total de turistas recibidos en el aludido año en Andalucía, han realizado alguna reserva “on line”, cuota que está cinco puntos por encima del ejercicio 2014. De los turistas que utilizaron Internet en relación a su viaje, el 69 % realizaron algún tipo de reserva; siendo los extranjeros más asiduos a estas prácticas (77%). Además, casi el 84% de los establecimientos turísticos andaluces utilizan las redes sociales por motivo de trabajo; expresión de los nuevos modos de motivación de la demanda.

Los procesos de automatización y de mejora de la productividad tecnológica van a enfrentarnos a la contradicción de una mayor precariedad de los empleos rutinarios y una mayor rentabilidad empresarial de los establecimientos con densidad tecnológica. La innovación tecnológica se ha orientado a la sustitución del trabajo de poco valor añadido, rutinario y de escasa productividad. Cabe destacar que sólo el 22% de los establecimientos turísticos andaluces han proporcionado formación TICs a sus empleados. Se cierne otra nube sobre la debilidad del empleo turístico andaluz, ya de por sí frágil y precario, por muy numeroso que sea. El porcentaje de los ocupados andaluces en establecimientos turísticos que realizan funciones TICs es del 30,7%, porcentaje cuatro puntos por encima de la media española.

Conviene decir, por finalizar este epígrafe, que no hay suficiente información disponible para evaluar la densidad tecnológica del turismo en Andalucía de una manera razonable. Pero a la luz de lo anterior, aparte de demandar mayor información oficial sobre ello, es un asunto de suma importancia que entronca con la competitividad general de la economía andaluza. Ésta no puede ya mantener unos niveles de inserción internacional basando su estrategia en la rebaja de precios de la producción sobre la reducción de los salarios nominales. De este ajuste “a la China” sólo se sale con mayor densidad tecnológica en los procesos de producción y de comercialización.

En el turismo de Andalucía se denota una interesante apuesta por el comercio electrónico en la que conviene profundizar y afinar, para mejorar la capacidad de gasto del turista y su accesibilidad. Peor esclarecida está, la relación entre la densidad tecnológica en turismo y empleo; no encontramos estructuras turísticas en el mundo donde exista una mejora en la cualificación del empleo e innovación turística. Mejor dicho, destrucción de empleo estable por precarización del mismo y atomización empresarial y excesivo tiempo parcial en el empleo. Por ahí parece caminar la relación de empleo y densidad tecnológica e Andalucía.

No obstante, el gobierno regional ha anunciado recientemente la Estrategia Digital para convertir Andalucía en Destino Turístico Inteligente (VVAA, 2014; SEGITTUR, 2015).

4. CONCLUSIONES PROSPECTIVAS.

Es un clásico elogiar la riqueza y variedad de recursos territoriales del destino turístico andaluz: la Comunidad Autónoma, por su extensión y diversidad, cuenta con una multiplicidad de productos turísticos impecables. Bien es verdad, que la intensidad en producción de los mismos se concentra sobremanera - algunos discuten su capacidad de carga y necesaria reconversión general, creemos más en la renovación y colmatación de activos turísticos - en la Costa del Sol. Los paradigmas del lado de la demanda se renuevan en torno a conceptos de experiencias y fidelización; se habla de territorios inteligentes, de economía colaborativa en turismo; de no olvidar en el discurso la sostenibilidad en todas sus vertientes. En este trabajo, hemos tratado de demostrar que la sostenibilidad turística es clave para el desarrollo regional de regiones semiperiféricas como la andaluza; o de desarrollo intermedio, si se prefiere.

En la Tabla 11 se ha realizado un balance del Panorama Turístico andaluz, ordenado en 4 bloques analíticos que hemos considerados estratégicos en la sostenibilidad económico-social: Dimensión Económica, Empleo, Gasto y Pernoctaciones y Densidad Tecnológica.

Tabla 11. Panorama del Turismo en Andalucía

I. DIMENSIÓN ECONÓMICA			
INGRESOS TOTALES	17,700 MILL €		
PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB %)	11,8% turismo 13,1% (excursionismo incluido)		
PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	13.000 MILL.€		
IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO €	EFFECTOS DIRECTOS	EFFECTOS INDIRECTOS	EFFECTOS TOTALES
	15.021.851	7.125.072	22.146.924
EFECTOR MULTIPLICADOR DEL TURISMO = 1,47			
II. EMPLEO			
EMPLEOS (EPA, INE)	357.000 Ocupados 16,7% del sector turístico español 12,9% de la población total ocupada andaluza (2.7 millones)		
SITUACIÓN PROFESIONAL	78,7% empleo asalariado (280.000) 21,3% trabaja por cuenta propia o son autónomos (76.100)		
EMPLEOS Y TERRITORIO	Concentración del empleo en Málaga (29,6%) y Sevilla (19,2%)		
DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA ACTIVIDAD	Restauración (56,5%) Hoteles y otros alojamientos (14,9%) Transportes (10,6%) Otras actividades turísticas (18%)		
CONTRATOS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA	861.070 contratos (19,7% del total de contratos registrados en la region)		
TASA DE TEMPORALIDAD Y JORNADA LABORAL	53,1% Indefinidos 46,9% Temporales	70,7% jornada completa 29,3% tiempo parcial	
III. GASTO Y PERNOCTACIONES			
VOLUMEN TURISTAS Y PROCEDENCIA	26 mill. (63% turismo doméstico)	Internacional: 9,5 mill.	
		Nacional:16,5 mill Españoles:7,9 millones y andaluces, 8,6 millones.	
GASTO MEDIO (€ diarios)	62,84	Internacional: 69,29	
		Españoles sin Andalucía: 62,13	
		Andaluces: 54,96	
GASTO TOTAL ESTANCIA	547 €		
DISTRIBUCIÓN DEL GASTO	Restauración (36,5%) Alojamiento (28%). Compras (14%) Transporte en destino (11,6%).		
PERNOCTACIONES	48 millones (68,2% en el litoral = 32,7 mill.)		
ESTANCIA MEDIA (número de días)	8,7 días	Internacional: 10,8	
		Españoles sin Andalucía: 8,5	
		Andaluces: 6,1	
IV. DENSIDAD TECNOLÓGICA			
TIC: TURISTAS	USO INTERNET: extranjeros (64,3%); españoles (43,1%) RESERVAS ON LINE: extranjeros (77%); españoles (65%)		
TIC: ALOJAMIENTOS	50,3% de alojamientos cuenta con aplicaciones informáticas para gestionar información de clientes 91% de las empresas de alojamiento ofrecen en su web la posibilidad de realizar pedidos/reservas online (frente al 20% de la media de empresas andaluzas).		
MEDIOS SOCIALES: EMPRESAS	Establecimientos: 83,5% medios sociales. Vía Internet: Redes sociales (99,7%); blogs de empresa o micro blogs (65,1%); web sites compartiendo contenido multimedia (25,4%).		

Fuente: Elaboración propia a partir de SAETA (2016)

Se ha comprobado que la modelización mediante MCS es una herramienta valiosa para profundizar sobre la importancia de la actividad turística andaluza en la salida de la crisis. Pero consideramos que su calificación como sector clave se debe en parte al comportamiento de otros sectores, bien en declive (construcción), bien con menor presencia (industrial); aun así, el sector turístico andaluz posee una contrastada capacidad de arrastre en el desarrollo regional de la economía. Y además, se está comportando en la salida de la crisis, como es común en los sectores claves andaluces: extraordinariamente pro cíclico, es decir con balances históricos. Hablar de cambio de modelo productivo no parece factible. A lo largo de estos últimos 20 años no se ha visto prácticamente alterada la estructura productiva de la economía andaluza, sectores con mayor capacidad de influencia y respuesta en términos de producción y empleo. Se puede hablar de ausencia casi total de cambio estructural, a pesar de los Fondos Europeos recibidos y más recientemente del impacto de la crisis (López-Alvarez y Cardenete, 2015).

Afinando en el análisis, se demuestra igualmente lagunas informativas en indicadores territoriales, de sostenibilidad ambiental y económica y también de densidad tecnológica para el turismo de Andalucía. Es necesario emprender una tarea investigadora que decodifique la capacidad de arrastre del turismo andaluz para su desarrollo regional, con un seguimiento constante al comportamiento de las mencionadas variables.

El análisis combinado de los multiplicadores de empleo y los datos sobre empleo turístico, muestran que cada vez es necesaria mayor inversión para obtener una unidad de empleo en el sector en Andalucía; y que éste ha tomado una dirección parcial, precaria y más temporal y estacional aún, que antes de la crisis. Los ajustes en el mercado de trabajo turístico son siempre más rotundos en la práctica que en los mercados de trabajo de otros sectores y se notan más las reformas laborales emprendidas. El empleo en turismo sabe estructuralmente de estacionalidad y temporalidad y poco de impacto tecnológico.

En Andalucía, se está configurando un bucle de precarización en el empleo turístico, asimilación tecnológica -básicamente comercio electrónico- y necesidad por defecto de dicho empleo, por la insuficiencia industrial, que están lastrando nuestra competitividad. No valen ya los cantos a la formación, sino a una mejora de la productividad basada en la mayor densidad tecnológica del turismo andaluz, que necesariamente debe ir acompañada de impulso industrial en empleo y en mayor cuota de participación de dicho sector.

Convendría acercarse a experiencias comparadas de desarrollo regional en turismo para desentrañar este camino; pero no hallamos ninguna donde se crezca sin innovación acompañada de tiempo parcial en el empleo. Con efectos llamadas de inmigración económica en regiones más maduras en turismo. Andalucía no lo es porque tiene una enorme anomalía de rasgo estructural: el desempleo.

El turismo andaluz no es un turismo de calidad, si ponemos el foco en el gasto turístico y las estancias medias y pernoctaciones, por otra parte, extraordinariamente concentradas en la Costa del Sol. La política de aumento sostenible del consumo de los no residentes en Andalucía, cuya

expresión territorial más nítida es el reparto y producción de pernoctaciones, debe ser el vértice de las políticas públicas de concertación con los agentes económicos. Cómo sería virtuoso, desde una perspectiva metodológica y científica, profundizar geográficamente en los impactos espaciales de las Cuentas Satélites de Turismo y su desarrollo input/output en la actividad turística andaluza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Aurioles, J. (2000). El proyecto SAETA, un instrumento para la observación regional del turismo como actividad económica. *Estudios turísticos*, nº 144-145. Madrid, 103-124

Barrado, D.A. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial, *Estudios Turísticos*, nº 160, Madrid, 45-68

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528–546.

Campoy-Muñoz, P., Cardenete, M.A., y Delgado, M.C. (2015). Strategic sectors and employment during the crisis: The case of Andalusia. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, vol. 20, 25-52.

Campoy-Muñoz, P., Cardenete, M.A., y Delgado, M.C. (2016). Impacto Económico de una reducción del IRPF en Andalucía a través de un Modelo de Equilibrio General Aplicado. *Revista de Estudios Regionales*, próximamente.

Cardenete, M. A., y Sancho, F. (2006). Elaboración de una matriz de contabilidad Social a través del Método de Entropía Cruzada: España 1995. *Estadística Española*, vol. 48(161), 67-100.

Cardenete, M.A., Fuentes, P., y Polo, C. (2010). Análisis de sectores claves a partir de la matriz de contabilidad social de Andalucía para el año 2000. *Revista de Estudios Regionales*, vol. 88, pp.15-44.

Cardenete, M.A., y Delgado, M.C. (2013). Análisis de la Economía Andaluza con la Matriz de Contabilidad Social de Andalucía del año 2005. *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*, vol. 64, 11-31.

Cardenete, M.A., y López, J.M. (2015). Análisis de Sectores Claves a través de Matrices de Contabilidad Social: el Caso de Andalucía. *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 33(1), 203-222.

Chant, S., y McIlwayne, C. (2008). *Geographies of Development in the 21st. Century*, Elgar, Londres, 384 pp.

Cohen, E., (2005). “Principales Tendencias en turismo contemporáneo” en *Revista Política y Sociedad*, vol. 42, nº 1, Madrid, 11-24.

Comisión Europea. (2013). *Herramienta del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para Destinos Sostenibles*, ETIS. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. doi:10.2769/47151

Cuadrado-Roura, J.R. (Ed.) (2009). *Regional Policy, Economic Growth and Convergences Lessons from The Spanish Case*, Springer-Verlag, Amsterdam, 311 pp.

Defourney, J. y Thorbecke, E. (1984). "Structural Path Analysis and Multiplier Decomposition within a Social Accounting Matrix Framework". *The Economic Journal*, vol. 94, 111-136.

Delgado, M. (2012). "La economía andaluza durante las tres últimas décadas, 1981-2011" en Jiménez de Madariaga, C., y Hurtado, J. (Eds): *Andalucía. Identidades culturales y dinámicas sociales*. Sevilla: Aconcagua Libros, 85-122.

Delgado, M., Carpintero, O., Lomas, P., y Sartre, S. (2014). Andalucía en la división territorial del trabajo dentro de la economía española. Una aproximación a la luz de su metabolismo socioeconómico, 1996-2010. *Revista de Estudios Regionales*, nº 100, Málaga, 197-222.

Dinc, M. (2015). *Introduction to Regional Economic Development*, Elagar, Londres, 224 pp.

Dwyer, L., Gill, A., y Seetaram, N (Eds). (2012). *Research Methods in Tourism: quantitative and qualitative approaches*. Cheltenham, UK, Edward Elga. 528 pp.

EUROSTAT. (2006). *Methodological work on measuring the sustainable development of tourism, part 2: Manual on sustainable development indicators of tourism, office for official publications of the European communities*. Luxembourg. Disponible en <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/5834249/KS-DE-06-002-EN.PDF/178f8c9a-4a03-409c-b020-70ff7ef6803a>

EUROSTAT. (2017). Data base: Total unemployment rate. European Commission. Disponible en <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsdec450&plugin>

Exceltur. (2015). *Barómetro de la rentabilidad y el empleo de los destinos turísticos españoles*. Balance 2014. Madrid

Ferguson, T. (2011). "Las seis aplicaciones "asesinas" para prosperar" Disponible en www.ted.com/talks/niall_ferguson_the_6_killer_apps_o_prosperity? Julio 2011.

Fernandez-Tabales, A., y Cruz, E. (2013). Análisis territorial del crecimiento y la crisis del sector de la construcción en España y la Comunidad Autónoma de Andalucía. *Revista EURE*, 39(116), 5-37

Fernández-Tabales, A., Foronda, C., Galindo, L., y García, A. (2017). Developing a system of territorial governance indicators for tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2016.1260136>

GSTC. (2013). The global sustainable tourism council criteria. *United Nations Foundations*. Disponible en <http://www.new.gstcouncil.org/en/>

- Huggins, R., y Thompson, P. (Eds.).(2017). *Regions and Competitiveness*, Elgar, Londres, 592 pp.
- IDTA. (Ed). (2010). *Tercer Informe de Desarrollo Territorial en Andalucía*, Universidad de Sevilla y Junta de Andalucía, Sevilla, 454 pp.
- IECA. (2015). *Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía*, Consejería de Economía y conocimiento. Junta de Andalucía (Anual).
- IECA. (2016). *Contabilidad Regional Anual de Andalucía*. Consejería de Economía y conocimiento. Junta de Andalucía
 Disponible en <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/craa/index.htm>
- INE. (2016). *Breve descripción de la metodología para la elaboración de la Cuenta Satélite de turismo 2010/2014*. Disponible en: <http://www.ine.es/metodologia/t35/abresatel.pdf>
- Kaldor, N. (1966). *Causes of the Slow Rates of economic Growth in United Kingdom*. Cambridge University Press. 40 pp.
- Karlsson, Ch. (Ed). (2017). *Geographies of Growth. Innovations, Networks and Collaborations* Edward Elgar, Londres, 448 pp.
- Ko, T.G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. *Tourist Management*, 26(3), 431–445. doi:10.1016/j.tourman.2003.12.003
- López-Álvarez, J.M.,y Cardenete, M.A. (2015). Estructura económica de Andalucía a partir de análisis FES y Matrices de Contabilidad Social. *Estadística Española*, vol.57, 188 /2015, 227-259
- Manzanera, E., y Auriolés, J. (2004). *Economía y Sociedad Andaluza: análisis avanzado de las causas del desarrollo relativo*, Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, 145 pp.
- Marchena, M.J. (2015). Best-Sellers en Economía, una lectura desde la Geografía Económica. *Revista de estudios Andaluces*, nº 12, Sevilla, 22-48.
- Marchena, M.J. (2017). *¿Cómo se comporta Andalucía en la Globalización del Siglo XXI*. Discurso de Ingreso en la Academia Andaluza de Ciencia Regional, acacr.es.
- Naciones Unidas (2000). *Cuenta Satélite del Turismo: Referencias metodológicas comunes*. NY.
- Navarro, E., Mihaela, I., y Fernández, A. (2013). Carrying capacity model applied in coastal destinations. *Annals of Tourism Research*, vol. 43. October 2013, 1-19.
- Nijkamp, P. (2016). The resourceful región. A new conceptualization of regional development strategies. *Journal of Regional Research*, nº 36, 91-215.
- Owen, J. (2014). *The Economics of Services*, Elgar, Londres, 336 pp.
- Polo, C., Roland-Holst, D., y Sancho, F. (1991). "Descomposición de Multiplicadores en un Modelo Multisectorial: una Aplicación al Caso Español". *Investigaciones Económicas*, vol. XV(1), pp.53-69.

- Pyatt, G., y Round, J.I. (1979). "Accounting and Fixed Price Multipliers in a Social Accounting Matrix Framework". *The Economic Journal*, vol. 89 (356), 850-873.
- Pyatt, G., y Round, J.I. (1985). *Social Accounting Matrices. A basis for planning*. Washington D.C., The World Bank.
- Raa, T.T. (2017). *Handbook of Input-Output Analysis*, Eldgar, Londres, 448 pp.
- Rasmussen, P. (1956). *Studies in Inter-Sectorial relations*. Holanda, North-Holland Publishing.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyler, B.D., y McLennan, C.J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (4), 517-535.
- SAETA. (2014). "A sustainable tourism indicator system for Andalusia: implementation for public management". EPTA. 13TH Global Forum on Tourism Statistics, Praga, 20 pp.
- SAETA. (2015). *Sistema de indicadores de desarrollo turístico sostenible para Andalucía*. . EPTA. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía. 326 pp.
- SAETA. (2016a). *El turismo como actividad estratégica de la economía andaluza. Economía del Turismo para Andalucía*. EPTA. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía.
- SAETA. (2016b). *Balance del año Turístico en Andalucía, año 2015*. EPTA. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía. 252 pp.
- Santos, E., Fernandez-Tabales, A., y Muñoz, O. (2016). La Incorporación del Paisaje a la Planificación Turística. Análisis de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía. *Cuadernos de turismo*, 2016. Núm. 37, 175-202.
- Sanz-Ibáñez, C., y Anton, S. (2014). The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach. *Tourism Geographies* Vol. 16, Iss. 4, 2014, 563-579.
- SEGITTUR. (2015). *Destinos turísticos inteligentes*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf>
- Sharpley, R., Telfer, D.J. (Eds). (2014). *Tourism and development: concept and issues*. Channel View, Londres , 546 pp.
- Sokol, M. (2011). *Economic Geographies of Globalisation*, Elgar, Londres, 224 pp.
- Sonis, M., Hewings, G.J.D., y Sulistyowati, S. (1997). Block Structural Path Analysis: Applications to Structural Changes in the Indonesian Economy. *Economic System Research*, vol. 9, 265–280.
- Stimson, R.J., (2016). Some Challenges for Regional Science Research. *Journal of Regional Research*, nº 36, 2016, 11-35.

UNWTO. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.

Vázquez, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, Madrid, nº 11, 183-214.

VV.AA. (2014). *Espacios turísticos e Inteligencia Territorial. Respuestas ante la Crisis*, Actas del XIV Coloquio de Geografía del Turismo, *Ocio y Recreación*. AGE, Ed. Universidades de Málaga y Sevilla, 511 pp.

Wahab, E., y Cooper, CH. (Eds). (2001). *Tourism in the age of Globalisation*, Routledge, Londres, 259 pp.

- 1/2016 **Effects of a reduction in employers' Social Security contributions: Evidence from Spain.**
Campoy-Muñoz P., Cardenete M.A., Delgado M.C. & Hewings G.J.D.
- 2/2016 **The unsustainable welfare state: the Spanish case**
Reier Forradellas R. & Enciso de Yzaguirre V.
- 3/2016 **Intra-regional vs extra-regional trade liberalization in Central America**
Caldentey P., Cardenete M.A., Cristóbal A. & Nekhay O.
- 4/2016 **Product Market Deregulation's Winners and Losers: US Railroads between 1981 and 2001**
Friebel G., McCulloch G. & Padilla L.
- 1/2017 **Medición de los efectos de un aumento del 20% de las tarifas de Estados Unidos sobre la economía mexicana a través de modelización multisectorial**
Beltrán L., Cardenete M.A. & Delgado M.C.
- 2/2017 **¿Cómo se ha comportado el sector turístico andaluz en la crisis económica? Reflexiones sobre turismo sostenible y el desarrollo regional**
Campoy-Muñoz P., Cardenete M.A., García, A.M. & Marchena M.J.

