



## Revista de Estudios Andaluces (REA)

e-ISSN: 2340-2776.

REA Núm. 36 (2018). <http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36>

---

### El Sector Turístico Andaluz durante la Crisis Económica y su Impacto en el Desarrollo Regional The Andalusian Tourism Sector during the Economic Crisis and its Impact on Regional Development

**Ana M<sup>a</sup> García-López** 

Universidad de Sevilla

[angar@us.es](mailto:angar@us.es)

**M<sup>a</sup> del Pilar Campoy-Muñoz** 

Universidad Loyola Andalucía

[mpcampoy@uloyola.es](mailto:mpcampoy@uloyola.es)

**M. Alejandro Cardenete-Flores** 

Universidad Loyola Andalucía; Universidad Autónoma de Chile (Chile)

[macardenete@uloyola.es](mailto:macardenete@uloyola.es)

**Manuel J. Marchena-Gómez** 

Universidad de Sevilla

[mmarchena@us.es](mailto:mmarchena@us.es)

**Formato de cita / Citation:** García-López, Ana María, Campoy-Muñoz, M<sup>a</sup> del Pilar, Cardenete-Flores, M. Alejandro y Marchena-Gómez, Manuel J. (2018). El Sector Turístico Andaluz durante la Crisis Económica y su Impacto en el Desarrollo Regional. *Revista de Estudios Andaluces*, núm. 36, 72-97.

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>

**Enlace artículo/to link to this article:** <http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

<http://editorial.us.es/es/revista-de-estudios-andaluces>

<https://revistascientificas.us.es/index.php/REA>

## **El Sector Turístico Andaluz durante la Crisis Económica y su Impacto en el Desarrollo Regional**

### **The Andalusian Tourism Sector during the Economic Crisis and its Impact on Regional Development**

**Ana M<sup>a</sup> García-López**

*Universidad de Sevilla*

*angar@us.es*

**M<sup>a</sup> del Pilar Campoy-Muñoz**

*Universidad Loyola Andalucía*

*mpcampoy@uloyola.es*

**M. Alejandro Cardenete-Flores**

*Universidad Loyola Andalucía; Universidad Autónoma de Chile (Chile)*

*macardenete@uloyola.es*

**Manuel J. Marchena-Gómez**

*Universidad de Sevilla*

*mmarchena@us.es*

Recibido: 06 de marzo, 2018

Revisado: 06 de mayo, 2018

Aceptado: 8 de junio, 2018

#### Resumen

Son frecuentes las referencias a los efectos benéficos del sector turístico para el Desarrollo Regional; incluso es habitual esgrimir precisiones al respecto, prácticamente sin medir el hecho. En este trabajo pretendemos, basándonos en la modelización mediante Matrices de Contabilidad Social (MCS), conocer cómo se ha mostrado una región tan especializada en turismo como Andalucía, especialmente en el momento más profundo de la crisis económica. Destacamos por un lado el interés de aplicar las MCS (en los años 2010 y 2014), que nos permiten calificar el sector turístico andaluz como un sector productivo clave para la economía regional. Además, estableceremos relaciones con la coyuntura última del turismo regional, para considerar si este comportamiento es sostenible en términos territoriales y económicos, o simplemente es episódico. Se analizará la variable empleo más prolijamente, dado que es el problema por excelencia en regiones semiperiféricas de desarrollo intermedio, y además con una anomalía muy negativa en Andalucía. Nos interesa destacar el papel del turismo en la economía andaluza y sus efectos sobre el desarrollo.

Los resultados pondrán de manifiesto que las debilidades estructurales del sector han quedado de manifiesto a la salida de la crisis: concentración espacial, temporalidad del empleo, insuficiencia tecnológica y un gasto turístico alejado del pretendido turismo de calidad. Habitualmente se recurre

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

al turismo como actividad estratégica en la creación de empleo, si bien nuestros resultados en este sentido no son nada alentadores. Las primeras certezas nos orientan en una aportación del sector sobre el Desarrollo Regional, pero más por defecto de lo destruido en la crisis, que por propio efecto motor.

Palabras clave: turismo, desarrollo regional, tablas input-output (TIO), matrices de contabilidad social (MCS), Andalucía.

#### Abstract

It is not common practice to assess tourism's effects on regional development, although its benefits for host economies are widely known. This paper attempts to discern such activity's role in a geographic setting by applying structural analysis techniques based on social accounting matrices (SAMs). This methodological approach is applied to the case of Andalusia during the period 2010-2014, encompassing both the financial crisis period and the apparent resurgence.

The research aims to reflect on the andalusian economy from the perspective of tourism and know its impacts on the regional territory. The proposed methodology is applied to a region where tourism became more prominent during the financial crisis. The results indicate that tourism's significance in the host economy is due its own particular behaviour and also to the performance of other economic sectors during the study period. Tourism has shown considerable carry-over capacity in the territory, although challenges have arisen in employment, demand and technological density aspects. All of them should be addressed so that tourism can provide a sustainable support for regional development. Tourism sector's appeared as a strategic sector, partly due to its specific performance, though also to the other sectors' performance, either declining industries such as construction or with lighter presence, as in the case of industrial activities. Tourism has also shown itself to be a pro-cyclical sector, with landmarks. Yet the tourism sector has shown proven resilience and a considerable ability to foster economic development in the territory.

Keywords: tourism, regional development, input-output tables, social accounting matrix (SAM), structural analysis.



## **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, M. 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, J.,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, M., 2012; Delgado, M. et al., 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, R., et al., 2004).

El análisis se realiza en un contexto mundial marcado por la globalización, siendo el turismo uno de los sectores más beneficiados por la misma (Wahab, E. et al., 2001). Y se observa como es una actividad económica con grandes virtudes, que van desde la diversificación de sus productos (Cohen, E. 2005), hasta los alcances de bienestar para la población residente (Sanz-Ibáñez, C. et al, S. 2014), desde una perspectiva de desarrollo endógeno (Vázquez, A., 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, M., 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, J.R. 2009). La transición de la inmadurez primaria a la madurez económica, es muy complicada sin industria y sólo con turismo (Chant, S. et al., 2008).

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, D.A., 2004). En este sentido, Andalucía carece de una estructura industrial madura, según muestra la evidencia empírica o cualquier diagnóstico al uso (Manzanera, E. et al., 2004); pero ello no debe incitar por defecto a una demonización del turismo.



En efecto, pretendemos 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, T., 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, L., et al., 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.

Tres son las limitaciones del presente estudio: en primer lugar, el periodo de estudio no incluye los años más recientes (2015 y 2016), 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 aún 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).

Y, por último, una cuestión relativa a la ausencia de indicadores: 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, et al. ,2015; Fernández et al, 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. Grandes bloques que consideramos un trabajo relevante y que afina en 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 existe una aproximación, denominada “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.

## 2. METODOLOGÍA

Una de las cuestiones centrales de un espacio regional es comprobar su estructura productiva (Karlsson, C.H. 2017), observándose cuáles son las ramas de actividad capaces de impulsar la economía de la región en cuestión (Nijkamp, O., 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, R.J., 2016).

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

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, M., 2015).

Además, el cambio estructural de la economía andaluza es un tema a debate en los últimos años (Marchena, M.J. 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 del 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 regional 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, R., et al., 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, M.P., et al., 2016). A continuación, en la Tabla 1, podemos ver la estructura de cuentas de las MCS, dividida 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, M.A et al., 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 división<sup>1</sup>. Esta discrepancia se debe a que el MIO que ha servido para elaborar las

---

<sup>1</sup> 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

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



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 arts graphics                                  | 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; 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   |

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”.

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

|    |   |    |                                       |
|----|---|----|---------------------------------------|
| 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.

El análisis estructural se basa 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 2. Clasificación sectorial.

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

Fuente: Rasmussen, 1956.

Los resultados de este análisis para la economía andaluza se muestran en la Tabla 3, en la que se han sombreado en gris aquellos vínculos con valores por encima de la unidad. El grupo de sectores claves, aquellos con valores normalizados de BL y FL superiores a la unidad, estaría formado por 13 sectores en 2010. En 2014 este grupo se amplía con 3 nuevos sectores. En ambos casos, el sector Turismo (renumerado como 20 tras la agregación) se muestra como un sector clave para la economía andaluza, es decir, un sector con una elevada demanda y oferta de inputs intermedios, estas relaciones de compra-ventas se producen con una multiplicidad de sectores de forma que el sector turístico se convierte en un elemento central en la transmisión del impulso económico y, por ende, en la generación de actividad económica.





Tabla 3. Clasificación sectorial de Andalucía (2010 y 2014).

| Sector Productivo |   | 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; de consultoría y 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 |
| 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 |

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

|    |  |      |      |      |      |
|----|--|------|------|------|------|
| 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 (empleadores de personal doméstico o productores de bienes y servicios para uso propio) | 0,66 | 0,66 | 0,79 | 0,79 |

Fuente: Elaboración propia.

Paralelamente, un análisis desagregado muestra el papel de las actividades características del turismo en la economía regional (Tabla 4).

A lo largo del periodo de estudio, todas las actividades tienen relaciones relevantes, bien por el lado de la demanda, bien por el lado de la oferta. Así, al grupo de sectores clave, 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). Ambos 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, con elevadas demanda de inputs intermedios y, por tanto, con gran capacidad de inducir actividad en otros sectores. En este grupo se encuentran los sectores de 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 lo 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).

Tabla 4. Clasificación sectorial extendida de Andalucía (2010 y 2014).

| Sector productivo |   | 2010 |      | 2014 |      |
|-------------------|---|------|------|------|------|
|                   |   | FL   | BL   | FL   | BL   |
| 20                | Transporte terrestre y por tuberías   | 1,27 | 1,19 | 1,19 | 1,08 |
| 21                | Transporte marítimo y por vías navegables interiores. Trans. aéreo  | 0,80 | 0,94 | 0,90 | 1,04 |
| 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 |
| 29                | Actividades inmobiliarias   | 1,21 | 0,84 | 1,18 | 0,82 |
| 33                | Actividades de alquiler   | 0,96 | 1,08 | 1,02 | 1,16 |
| 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 |
| 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 |

Fuente: Elaboración propia.



Por último, las Actividades inmobiliarias (29) se mantienen como sector base en el periodo de estudio, es decir, como oferente de inputs intermedios, de forma que las variaciones experimentadas por este sector en la cuantía o el precio de sus servicios, tienen importantes efectos sobre el resto de sectores.

El análisis anterior se amplía mediante la metodología *structural path analysis*, propuesta por Sonis, Hewings, & 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:

$$MPM_{ij} = \frac{M_{i.} M_{.j}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n m_{ij}}$$

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. Las figuras 1 y 2 representan dichos paisajes para Andalucía en cada uno de los años de análisis. Se muestran los diez sectores más relevantes<sup>2</sup>.

De ellos se deriva que, 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.

Por último, se han calculado los multiplicadores de empleo para cada uno de los sectores, mostrando su capacidad para generar empleo por cada millón de euros invertido en dicho sector. En la Tabla 5 se han sombreado los valores correspondientes a una creación de empleo por encima de la media del año de estudio, 12,4 y 13,8 empleos equivalentes por cada millón de euros para los años 2010 y 2014, respectivamente.

La capacidad del turismo para generar empleo se encuentra por debajo de la media del conjunto de la economía regional durante el periodo de estudio, poniendo de relieve la principal debilidad del sector.

---

<sup>2</sup> Los resultados para el resto de sectores, incluyendo las actividades características del turismo, no se han incluido por limitaciones de espacio, pero se encuentran disponibles mediante solicitud a los autores.

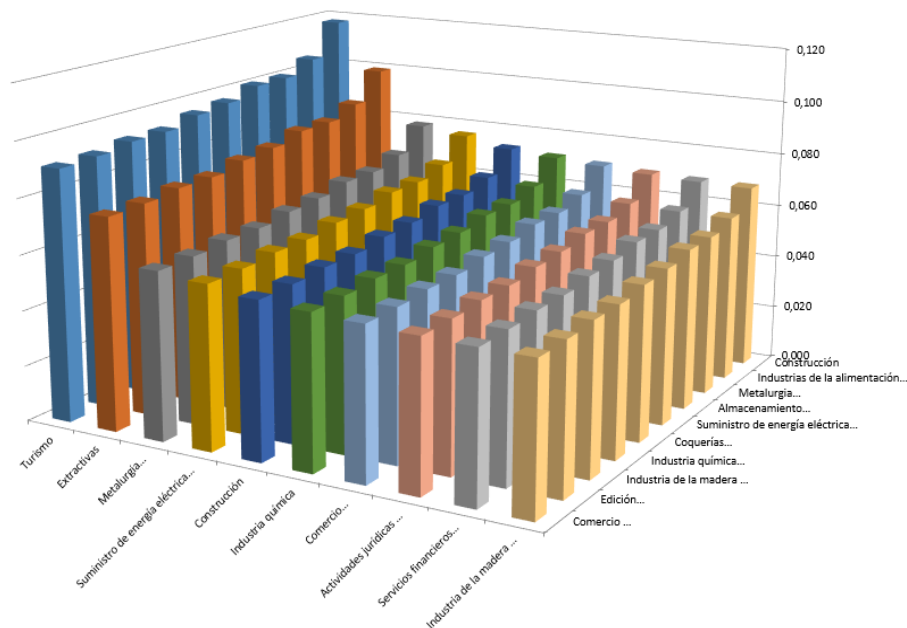
Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



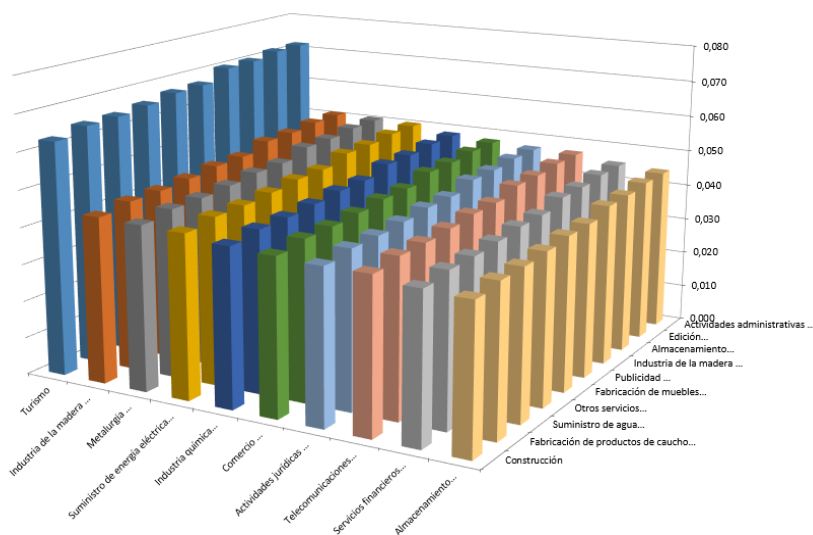
Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

Figura 1. Paisaje tridimensional de Andalucía (2010).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Paisaje tridimensional de Andalucía (2014).



Fuente: Elaboración propia.



Tabla 5. 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  |
| 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 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.



Por el contrario, el análisis desagregado en la Tabla 6, muestra un comportamiento diferenciado entre las distintas actividades turísticas, apuntando que algunas de ellas sí son capaces de generar empleos por encima de la media del conjunto regional.

Tabla 6. Multiplicador de empleo extendido de la economía andaluza (2010 y 2014).

| Sectores Productivos |   | 2010 | 2014 |
|----------------------|---|------|------|
| 20                   | Transporte terrestre y por tuberías   | 15,8 | 11,4 |
| 21                   | Transporte marítimo y por vías navegables interiores. Transporte aéreo  | 4,3  | 8,3  |
| 23                   | Servicios de alojamiento  | 20,2 | 14,6 |
| 24                   | Servicios de comidas y bebidas  | 15,2 | 12,4 |
| 29                   | Actividades inmobiliarias   | 3,1  | 1,7  |
| 33                   | Actividades de alquiler   | 9,0  | 12,4 |
| 35                   | Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos   | 15,1 | 14,0 |
| 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 |

Fuente: Elaboración propia.

Por último, y para reflejar el panorama de situación del turismo andaluz en esta coyuntura, utilizaremos 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 ofrecen 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.

### 3. IMPACTOS DEL SECTOR EN EL DESARROLLO REGIONAL

Una vez realizado el análisis matricial, estructural y desagregado, cabría profundizar en el comportamiento del turismo andaluz en la salida de la crisis sobre el territorio atendiendo a diferentes dimensiones.

#### 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 esto 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. Con 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 (VFT), tradicionalmente costeras, pero que ahora han crecido exponencialmente en forma de apartamentos turísticos ilegales en destinos urbanos, como sucede en la capital hispalense.

El sector inmobiliario-turístico en Andalucía moviliza a la construcción y tensiona el urbanismo convencional, el uso de las nuevas tecnologías, las líneas aéreas *low cost* (el 49% de las llegadas a aeropuertos andaluces son de las compañías Ryanair, Easyjet y Vueling) 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 en enunciar (más dificultoso es medir y estudiar el asunto científicamente) los problemas territoriales consecuencia de la dinámica turística. Temas clave para la geografía y el turismo como son la cohesión territorial, la presión humana y capacidad



de carga, la calidad del medio ambiente, el uso y abuso de recursos, o los transporte, han sido recurrentes (IDTA, 2010). Pero escasamente aplicados desde las políticas públicas.

De especial relevancia es el caso del desempleo andaluz, que se ha convertido en un difícil problema, tan crónico como estructural (Tabla 7).

Tabla 7. Evolución de las tasas de desempleo en Andalucía (%).

| Territorio | 2000 | 2005 | 2007 | 2010 | 2013 | 2014 | 2015 | 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  |
| UE-28      | 8,9  | 9,0  | 7,2  | 9,6  | 10,9 | 10,2 | 9,4  | 8,1   |

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

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).

Si bien los datos más recientes publicados por la EPA (2017, 2018) demuestran un descenso en estas tasas regionales al 25,51% a fin del 2017 y un primer trimestre de 2018 en 24,7% para Andalucía (en un marco de descenso nacional hasta el 16,7%).

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, EPA-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.

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)



En la misma EPA se cuestiona a los trabajadores sobre los motivos de ese tipo de jornadas parciales. Ello permite cuantificar cuántos de ellos 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 dicha población ocupada, aun deseando trabajar más horas y estar disponibles para hacerlo, no encuentran un empleo con jornada de trabajo más amplia. En Andalucía en 2015, supuso el 78% de los ocupados en el sector turístico los que lo hicieron a tiempo parcial y manifestaron no haber encontrado otra alternativa a tiempo completo.

Un porcentaje negativo, contundente, precario y elevado, por cuanto en el año 2007 el dato era del 47% (INE, 2016). Se perciben 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 económica. 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).

Un trabajo “estable, de calidad y digno” por el que apuesta la Junta de Andalucía es algo que no se comparece con el crecimiento notable de la demanda turística (un 8% entre 2015/2016). Puesto que, aunque la afiliación al sector turístico (231.000 andaluces) es muy notable en comparación con otros sectores en la región, 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 ejemplos europeos como Amsterdam, Venecia, París o Barcelona (salvo por el más reciente boom de la capital andaluza) y la capacidad de carga se resiente en la Costa del Sol (Navarro et al., 2013). 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 ni alojativas ni de restauración). Y políticas de reequilibrio espacial de las pernoctaciones, estancia media y, por tanto, gasto turístico en la región.

### **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

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

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.

Otros datos, aunque también de carácter general sobre comercio electrónico, pueden 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 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 ya no puede 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.

#### **4. RESULTADOS**

La metodología utilizada nos ha demostrado en primer lugar que la modelización mediante MCS es una herramienta valiosa para profundizar en la importancia de la actividad turística andaluza en la salida de la crisis. Debemos puntualizar que su calificación como *sector clave* se debe en parte al comportamiento de otros sectores (en declive, como la construcción), o con menor presencia (industrial). Aun así, del análisis realizado se deriva que 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 procíclico, es decir con balances históricos.

En este sentido, el cálculo de la Matriz del Producto Multiplicador (MPM) y los paisajes tridimensionales de 2010 y 2014 (fig. 1 y 2 respectivamente), nos ha permitido comprobar que en ambos años 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. Se pone así de manifiesto la resiliencia del sector Turismo durante los años centrales de la crisis económica. Además de ser un sector clave en la economía regional, su influencia sobre el resto de sectores se mantiene. Este comportamiento es diametralmente opuesto al seguido por otros sectores como la Construcción que, a pesar de ser un sector clave, pierde capacidad de influir en el resto de actividades durante el periodo de crisis, ya que deja de aparecer entre los 10 primeros sectores con poder de dispersión.

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-Álvarez et al., 2015).

La región es muy dependiente de los movimientos cíclicos del turismo, en una doble velocidad que afecta de manera patente, como se ha demostrado, al espacio regional. El turismo andaluz crece

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

más lentamente en las crisis en comparación a otros espacios turísticos nacionales y se mueve a mayor velocidad cuando se logra ajustar la crisis que en las medias agregadas de España. Se ha comportado en Andalucía como un sector defensivo; sobre todo ante la caída en picado del sector de la construcción, y por ende del inmobiliario-turístico.

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 dicho 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. 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.

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), calculó que para 2015, los ingresos por turismo fueron de 17,7 millones de euros, lo que representó el 11,8% del PIB regional; si a eso le añadimos los ingresos por excursionismo, la participación se mantuvo 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 cerró 2015 con 26 millones de visitantes, casi dos millones más que en 2014 (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 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.

El trabajo realizado constituye una 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, particularmente la inmobiliario/turística (Fernández, A. et al., 2013; Navarro, E. et al, 2015). Los turistas no residen sino que se alojan, pero siempre con una correlación directa con el aumento de las pernoctaciones.

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776

<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

#### 4. DISCUSIÓN

Es un clásico elogiar la riqueza y variedad de recursos territoriales del destino turístico andaluz: una región, que tanto por superficie como por diversificación, cuenta con una multiplicidad de productos turísticos impecables y de calidad. Si bien es cierto 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 el discurso la sostenibilidad en todas sus vertientes.

En este trabajo, ha quedado de manifiesto que aun siendo clave la citada sostenibilidad turística para el desarrollo de regiones semiperiféricas como la andaluza (o de desarrollo intermedio, si se prefiere), existen lagunas informativas en indicadores territoriales básicos. Tanto en lo que afecta a cuestiones ambientales y económicas, como en relación a la densidad tecnológica para el turismo de Andalucía. Ello hace necesario emprender una tarea investigadora que decodifique la capacidad de arrastre del turismo andaluz para su desarrollo regional, con un seguimiento constante sobre el comportamiento de las mencionadas variables (y en especial, el empleo).

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 la 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. 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

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

Barrado, D.A. (2004). «El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial, reality». *Annals of Tourism Research*, 39(2), pp. 528–546.



Campoy, M.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, pp. 25-52.

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), pp. 67-100.

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), pp. 203-222.

Chant, S. y McIlwayne, C. (2008). *Geographies of Development in the 21<sup>st</sup>. Century*, 384 pp. Londres, UK: Elgar.

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

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

Cuadrado-Roura, J.R. (Ed.) (2009). *Regional Policy, Economic Growth and Convergences Lessons from The Spanish Case*. Springer-Verlag, 331 pp. Amsterdam.

Defourney, J. y Thorbecke, E. (1984). Structural Path Analysis and Multiplier Decomposition within a Social Accounting Matrix Framework. *The Economic Journal*, vol. 94, pp. 111-136. doi: <https://doi.org/10.2307/2232220>

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*. (pp. 85-112) Sevilla: Aconcagua Libros.

Delgado, M., Carpintero, O., Lomas, P., y Sartre, S. (2014). Andalucía en y 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 100,197-222. Málaga.

Dinc, M. (2015): *Introduction to Regional Economic Development*, 224 pp. Londres, UK: Elgar. doi: <https://doi.org/10.4337/9781785361357>

Dwyer, L., Gill, A., & Seetaram, N (Eds). (2012). *Research Methods in Tourism: quantitative and qualitative approaches*. 528 pp. Cheltenham, UK, Edward Elga. doi: <https://doi.org/10.4337/9781781001295>



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. Recuperado de <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. Recuperado de <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

Fernandez, 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), pp. 5-37.

Fernández, A., Foronda, C., Galindo, L. y García, A. (2017). Developing a system of territorial governance indicators for tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.25 (9), pp. 1275-1305. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1260136>

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

Huggins, R., y Thompson, P. (Eds) (2017). *Regions and Competitiveness*. 592 pp. Londres, UK: Elgar.

IDTA. (Ed). (2010). *Tercer Informe de Desarrollo Territorial en Andalucía*. 454 pp. Universidad de Sevilla y Junta de Andalucía. Sevilla.

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. Recuperado de <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*. Recuperado de <http://www.ine.es/metodologia/t35/abresatel.pdf>

Kaldor, N. (1966). *Causes of the Slow Rates of economic Growth in United Kingdom*. 40 pp. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Karlsson, Ch. (Ed) (2017). *Geographies of Growth. Innovations, Networks and Collaborations*. 448 pp. Londres, UK: Edward Elgar, Londres.

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776  
<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)



KO, T.G. (2005): Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. *Tourist Management*, 26 (3), pp. 431-445. doi:<http://dx.doi.org/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, pp. 227-259.  
Manzanera, E., y Auriolles, J. (2004). *Economía y Sociedad Andaluza: análisis avanzado de las causas del desarrollo relativo*. 145 pp. Sevilla, España: Centro de Estudios Andaluces.

Marchena, M.J. (2015). Best-Sellers en Economía, una lectura desde la Geografía Económica. *Revista de estudios Andaluces*, nº 12, pp. 22-48. Sevilla, España: Editorial Universidad de Sevilla. doi: <http://dx.doi.org/10.12795/rea.2015.i32.02>

Marchena, M.J. (2017). ¿Cómo se comporta Andalucía en la Globalización del Siglo XXI? *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 47, pp. 437-462. Madrid, España: Asociación de Geógrafos Españoles. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2461>

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, pp. 1-19. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.03.005>

Navarro, E., Thiel-Ellul, D y Romero, Y. (2015). Periferias del placer: cuando el turismo se convierte en desarrollismo inmobiliario-turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 67, pp. 275-302. Madrid, España: Asociación de Geógrafos Españoles.

Nijkamp, P. (2016). The resourceful región. A new conceptualization of regional development strategies. *Journal of Regional Research*, 36, 91-215.

Owen, J. (2014). *The Economics of Services*. 336 pp, Londres, UK: Elgar.

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). Maccounting and Fixed Price Multipliers in a Social Accounting Matrix Framework. *The Economic Journal*, vol. 89 (356), pp. 850-873. doi: <https://doi.org/10.2307/2231503>

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*. 448 pp. Londres, UK: Elgar.

Revista de Estudios Andaluces, núm. 36 (2018) pp. 72-97. e-ISSN: 2340-2776  
<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i36.04>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

- 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), pp. 517-535. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>
- Rullán, O. (2008). Reconversión y crecimiento de las zonas turísticas. Del fordismo al post-fordismo. En Troitiño, M.A, García-Marchante, J.S y García-Hernández, M. (coord.). *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* (pp. 587-626) X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (A.G.E.). Cuenca, España: Universidad de Castilla-La Mancha.
- SAETA. (2014). *A sustainable tourism indicator system for Andalusia: implementation for public management*. EPTA. 13TH Global Forum on Tourism Statistics. 20 pp. Praga.
- SAETA. (2015): *Sistema de indicadores de desarrollo turístico sostenible para Andalucía*. 326 pp. EPTA. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía.
- 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*. 252 pp. EPTA. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía.
- Santos, E., Fernández-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*, Núm. 37, pp. 175-202.
- Sanz-Ibáñez, C. y Antón, S. (2014). The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach. *Tourism Geographies*, Vol. 16, Iss. 4, 2014, pp. 563-579. doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.925965>
- Sharpley, R. y Telfer, D.J. (Eds). (2014). *Tourism and development: concept and issues*. 546 pp. Londres, UK: Channel View.
- Sokol, M. (2011). *Economic Geographies of Globalisation*. 224 pp. Londres, UK: Elgar.
- 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, pp. 265–280. doi: <https://doi.org/10.1080/09535319700000020>
- Stimson, R.J. (2016). Some Challenges for Regional Science Research. *Journal of Regional Research*, nº 36, 2016, pp. 11-35.



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

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

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

