

# Turismo en Andalucía (España): una puesta al día desde el análisis geográfico

## Tourism in Andalusia (Spain): an update from a geographical analysis


Rafael Garzón-García

[rafael.garzon@uco.es](mailto:rafael.garzon@uco.es)  0000-0002-2887-5277

María Luisa Ramírez-López

[mluisa.ramirez@uco.es](mailto:mluisa.ramirez@uco.es)  0000-0001-5123-4462

Rafael Vega-Pozuelo

[rvega@uco.es](mailto:rvega@uco.es)  0000-0003-4982-9285

Gema Florido-Trujillo

[gema.florido@uco.es](mailto:gema.florido@uco.es)  0000-0001-9961-1036

*Departamento de Geografía y Ciencias del Territorio, Facultad de Filosofía y Letras.  
Universidad de Córdoba. Plaza Cardenal Salazar, 3. 14071 Córdoba, España.*

### INFO ARTÍCULO

Recibido: 18-05-2023  
Revisado: 21-05-2023  
Aceptado: 26-05-2023

### PALABRAS CLAVE

Territorio  
Actividad turística  
Oferta  
Demanda  
Fuentes estadísticas

### KEYWORDS

Territory  
Tourism activity  
Supply  
Demand  
Statistical sources

### RESUMEN

El objetivo de este trabajo es ofrecer un análisis de carácter evolutivo y actualizado sobre la realidad turística de la Comunidad Autónoma de Andalucía (España). El estudio se basa en el manejo de las tradicionales variables cuantitativas (oferta y demanda) en su proyección sobre un espacio territorial de excepcional relevancia turística, pero también de gran complejidad y diversidad. Se reflexiona sobre el valor y representatividad de estas variables para el estudio territorial-turístico, a partir de las fuentes oficiales de información disponibles, proporcionando al respecto una propuesta de indicadores específicos. Para el caso de estudio, se constata el importante peso cuantitativo y el crecimiento general de la actividad turística durante el periodo analizado (2008-2022), lo que se acompaña de algunos procesos de cambio y reestructuración ciertamente significativos e interesantes, tanto en la conformación interna de la oferta como en ciertos patrones de comportamiento de la demanda.

### ABSTRACT

The aim of the work is to offer an evolutionary and updated analysis of the tourism reality of the Autonomous Community of Andalusia (Spain). The proposed study is based on the use of the traditional quantitative variables (supply and demand) in their projection on a specific territorial space (Andalusia), of exceptional tourist relevance, but also of great complexity and diversity. It reflects on the value and representativeness of these variables for the territorial-tourist study, based on the official sources of information available, offering a proposal for specific indicators. For the case study, the important quantitative weight and general growth of tourism activity during the period analysed (2008-2022) is confirmed, which is accompanied by some certainly significant and interesting processes of change and restructuring, both in the internal conformation of supply and in certain patterns of demand behaviour.



## 1. INTRODUCCIÓN

El trabajo que aquí se presenta se plantea desde un enfoque geográfico y se orienta al conocimiento y diagnóstico actualizado del turismo en Andalucía. Se parte de la hipótesis de que los profundos cambios de la dinámica turística durante los últimos años se manifiestan a distintas escalas, con especial intensidad en aquellas más detalladas, lo que justifica el análisis aquí propuesto. No obstante, es fundamental aclarar que, de entre las variadas dimensiones del fenómeno que puede abarcar la investigación geográfica –recursos sustentadores, tipologías y modalidades turísticas, impactos territoriales físicos, sociales y económicos, procesos de ordenación y gestión, etc. (Vera, 2011)–, aquí se aborda la dinámica sustentada en la dialéctica oferta-demanda, con el objetivo de ofrecer una visión de síntesis de la realidad turística del espacio analizado.

Cabe pensar que la consideración de la oferta y la demanda es el aspecto más básico o elemental del estudio territorial-turístico, pero realmente no lo es. Al contrario, su tratamiento ha resultado complicado por varios factores.

El primero alude a la escala de observación. La selección de un ámbito como la Comunidad Autónoma de Andalucía determina el enfoque del trabajo. La opción elegida es una aproximación a escala regional, aunque la extensión y diversidad del territorio determinan, en aras de su mejor comprensión, la necesaria inclusión de referencias más detalladas, a nivel provincial y municipal, cuando las fuentes lo hacen posible. Por su parte, la propia complejidad de la región, junto a las limitaciones de extensión del artículo, imposibilitan un análisis más pormenorizado por tipos específicos de espacios y destinos.

Un segundo factor de dificultad remite a la sorprendente escasez de bibliografía respecto de la relación oferta-demanda turísticas y su proyección territorial, tanto en el contexto español como andaluz.

Para el primero, han sido pocos los estudios relativamente actualizados desde la academia. Destacan el contenido en el *Atlas Nacional de España* (IGN, 2019), la más reciente monografía sobre la situación de España como destino (López-Palomeque et al., 2022), una aportación centrada en el impacto del COVID-19 (Ríos-Rodríguez et al., 2022) y los anuarios elaborados desde 1994 por la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT, varios años), donde se exponen de manera sintética las grandes claves y magnitudes de la actividad, tanto a escala nacional como regional.

En cuanto a los estudios de carácter autonómico, también han sido escasas las aportaciones respecto de la dinámica turística global, destacando tan solo las de Comunidad Valenciana (Pitarch-Garrido et al., Coord., 2017) e Islas Baleares (Pons-Esteva & Rullán-Salamanca, 2020).

De hecho, la bibliografía a esta escala refleja una praxis también patente en las aportaciones relativas a Andalucía: casi todas las obras recientes sobre el turismo en su proyección territorial lo son de carácter parcial, es decir, referidas a tipologías o modalidades específicas (Rivera-Mateos, 2010; Villar-Lama, 2011; Hernández-Rojas, 2018; Navarro-Jurado & Guevara-Plaza, Dir., 2020; Sánchez-Sánchez & Sánchez-Sánchez, 2022). Sin embargo, los estudios generales sobre la actividad y el espacio turístico andaluz han sido muy puntuales y se hallan en gran medida desfasados. Cabe señalar primeramente los pioneros de Marchena-Gómez (1984; 1987; 1994) y el de Pellejero-Martínez (2006) sobre la evolución del turismo desde su origen y durante el siglo XX. Más recientemente tan solo contamos con las aportaciones de Fernández-Tabales (2003) y Fernández-Tabales & Mendoza-Bonet (2007), que destacaban el notable crecimiento del sector en Andalucía y su diversificación territorial cada vez mayor en los años del cambio de siglo.

El último trabajo citado se ha tomado, de hecho, como referencia para emprender este artículo que, por ello, se plantea para el periodo comprendido entre 2008 y 2022 (último con datos anuales disponibles). Debe destacarse, pues, lo que a nuestro juicio constituye una importante conveniencia y oportunidad de esta aportación, que viene a cubrir un claro vacío investigador.

Un último factor de complejidad estriba en los materiales a emplear. El análisis se ha visto mediatizado por la disponibilidad de fuentes (principalmente estadísticas). De hecho, el estudio y reflexión crítica acerca del carácter y utilidad de estas ha derivado en una selección y propuesta de indicadores que se considera como una importante aportación metodológica del artículo. Además, su manejo no ha sido meramente cuantitativo, sino que ha tenido un objetivo estratégico, tratando de determinar su vinculación con la realidad territorial. Y ello en un doble sentido: entendiéndola como factor explicativo de los procesos, pero



también como receptora de ellos, y ofreciendo un diagnóstico y una fotografía lo más fiel posible de la situación actual del turismo en Andalucía y de sus grandes claves.

Se aborda así una investigación sobre la dinámica turística de la región durante los tres últimos lustros y hasta la actualidad, capaz de contribuir a su conocimiento y, por ende, también a la toma de decisiones por parte de los agentes implicados en el desarrollo de la actividad.

## 2. METODOLOGÍA Y FUENTES

Desde el punto de vista metodológico, la opción elegida ha sido seguir la secuencia oferta-demanda. Aunque, desde el enfoque sistémico hoy dominante, se considera que es la demanda el factor desencadenante del turismo (Fernández-Güell, 1989), el tratamiento primario de la oferta se justifica tanto por la estrecha interrelación entre sendas variables como por el hecho, más específico, de que es la oferta la que permite determinar con mayor claridad la realidad del territorio turístico, es decir, lo que este aporta a la propia actividad. Así se ha reflejado en otros estudios previos realizados a escala española (IGN, 2019) y, en este trabajo, en el esquema analítico propuesto (figura 1).



Figura 1. Propuesta metodológica de análisis. Fuente: elaboración propia.

Como aspecto fundamental hay que considerar la dificultad para el conocimiento preciso de las dos grandes variables de oferta y demanda. Pese a esta limitación, lo cierto es que ello permite reflexionar acerca del alcance y utilidad de la información estadística de carácter oficial disponible y de los indicadores a emplear.

En relación con la oferta, el análisis se centrará en la alojativa de carácter reglado. Esto se justifica porque tan solo para ella se cuenta con fuentes estadísticas homogéneas y continuadas en el tiempo.

Entre las de organismos nacionales españoles, se dispone de las *Encuestas de Ocupación* del INE (*Establecimientos Hoteleros, Apartamentos Turísticos, Alojamientos de Turismo Rural, Campings*)<sup>1</sup>, que aportan

1. También existen de albergues, aunque se han desechado por su carácter más específico y menor representatividad.



datos de establecimientos y plazas desagregados a distintas escalas, siendo de especial interés la autonómica porque posibilita el estudio de Andalucía y su comparativa con otras regiones. Sin embargo, esta fuente presenta dos carencias importantes: no incluye otras tipologías alojativas (como las viviendas turísticas, de gran expansión reciente) y, en la escala municipal, se limita a un número reducido de lo que denomina *puntos turísticos*.

Resulta imprescindible, pues, recurrir a las estadísticas autonómicas. Y a este respecto, debe destacar que casi todas las Comunidades Autónomas (en adelante CC.AA.) cuentan con registros oficiales, en forma de directorios de servicios y establecimientos. En nuestro caso, el *Registro de Turismo de Andalucía (RTA)*, de acceso público, incluye muy diversos tipos de establecimientos, alojativos y no.

No obstante, algunas características de esta fuente obligan a realizar ciertas matizaciones respecto de su tratamiento. Primeramente, su continua actualización casi imposibilita la obtención de datos directos (ya que el RTA se ve modificado diariamente); esto se ha solventado mediante la solicitud a la Administración autonómica de estadísticas sustentadas en el propio registro. En segundo lugar, la desagregación municipal dificulta sobremanera su manejo para el conjunto regional, salvo para cuando se alcance ese nivel de detalle en el análisis; esto explica que se recurra a otras fuentes oficiales que, aunque sustentadas en el RTA, ofrecen información a escala autonómica. Destaca a este respecto el *Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)*, y, más en concreto, sus *Informes de Oferta Turística*, de periodicidad anual pero limitados exclusivamente al plano alojativo.

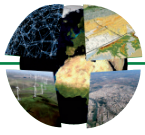
En cuanto a los indicadores sobre la oferta alojativa, no se considerará el número de establecimientos, sino las plazas, por su carácter más representativo del peso real de la oferta. A este respecto, el examen se plantea tanto en sentido global (totalidad de la oferta) como por tipos básicos de establecimientos (hoteles, apartamentos, campings y alojamientos de turismo rural, según la clasificación del INE), a los que se añaden las viviendas turísticas –viviendas con fines turísticos (VFT) y viviendas turísticas de alojamiento rural (VTAR)–, incorporadas por el RTA en 2016.

Sobre la escala de aproximación decir, además de una visión para toda Andalucía (general y por tipos de establecimientos), que permitirá el contraste con el conjunto español y otras CC.AA., se incluye también un desglose por municipios (a partir de los datos del RTA). La aportación de cifras de plazas alojativas a escala municipal posibilitará una mayor proyección territorial del estudio y una comparativa con el de Fernández-Tabales & Mendoza-Bonet (2007), que incluía dicha variable. Aclarar, finalmente, que tanto el análisis regional como el municipal incluirán la relación entre número de plazas y población residente, con objeto de determinar con mayor precisión el grado de especialización.

Por su parte, la oferta no alojativa (es decir, la vinculada al contacto directo y disfrute de los recursos), resulta difícil de analizar desde una perspectiva general cuantitativa. Esto se explica por su propia heterogeneidad, patente en territorios tan ricos y diversos como Andalucía, pero también por las limitaciones de las fuentes. El INE no da dato alguno al respecto; el RTA sí lo hace sobre algunos tipos de productos no alojativos de carácter empresarial, pero excluye otros muchos (algunos de tanta relevancia como museos, conjuntos monumentales u oferta de uso público en espacios protegidos, entre otros). El SAETA, en su sección *Principales segmentos turísticos*, aporta información sobre la oferta de ciertas tipologías –golf, puertos deportivos, turismo de salud y turismo de nieve–, pero, por su sesgo muy específico, su utilización resulta más adecuada para un estudio de carácter más detallado.

En lo que atañe a la demanda, la dificultad para un conocimiento preciso deriva tanto de las fuentes como, sobre todo, del propio carácter de la variable, que conlleva una imposibilidad casi absoluta de ser medida con precisión y, por ende, de conocer la realidad del territorio al respecto. Son varias las razones que lo explican, destacando el desarrollo recurrente de experiencias turísticas en espacios al aire libre (donde es inviable la cuantificación de la afluencia) o en recursos y productos que, aun con una función turística consolidada, no disponen de un registro o contabilización de visitantes; y la imposibilidad de conocer todos los flujos –más aún en un espacio como el de Schengen, sin controles fronterizos internos–. Algunas estadísticas como, por ejemplo, *Frontur (Estadística de movimientos turísticos en frontera, INE)* han sido descartadas aquí por este motivo, pese a ser recurrentemente empleada en otros estudios (AECIT, varios años).

Por todo ello, la dimensión más fiable, por su mayor soporte estadístico, es nuevamente la alojativa, a pesar de sus limitaciones en términos de representatividad si se consideran factores como la falta de



vinculación de determinadas formas de turismo a la pernoctación (por ejemplo, las propias de un turismo de proximidad), el uso por parte de numerosos usuarios de establecimientos no reglados, o el hecho de que no toda la demanda que utiliza servicios alojativos tiene una motivación turística. Pese a ello, la disponibilidad de estadísticas posibilita el manejo de diferentes indicadores, de los cuales, según una secuencia coherente, se propone la utilización de los siguientes:

Afluencia total (medida en número de viajeros en establecimientos) para el conjunto andaluz, según procedencia nacional o internacional. Para ello se recurrirá a las *Encuestas de Ocupación* del INE, lo que permitirá, nuevamente, la comparativa con el resto de España. Se obvian los *Informes de Demanda Turística en Andalucía* (incluidos en el SAETA, sección *Principales mercados turísticos*) por sus limitaciones ya que se basan en lo esencial en la *Encuesta de Ocupación Hotelera* (en adelante EOH) y no en la totalidad de las *Encuestas de Ocupación* del INE, además de no incorporar los datos de otras tipologías alojativas (VFT y VTAR).

También se otorga especial relevancia a las pernoctaciones, indicador más fiable para detectar la permanencia de los usuarios. Se analizará tanto en general como por tipos básicos de establecimientos, empleando para ello las *Encuestas de Ocupación* del INE, a tenor de lo señalado en el párrafo anterior.

Sobre la base de las pernoctaciones, se ofrecerá un análisis detallado de procedencia de usuarios. Para ello se recurrirá a las fuentes andaluzas –*Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía* (ECTA)–, sustentadas sobre las *Encuestas de Ocupación* del INE; y, para la procedencia específica de origen nacional (por CC.AA.) e internacional (por países), a los *Informes de Demanda Turística* (a pesar de estar disponibles solo desde 2015 y de que se basan en la EOH).

Otro interesante indicador es la ratio número de pernoctaciones por residente, cuyo objeto es determinar la densidad turística (López-Palomeque & Serrano-Miracle, 2016), aspecto que se concretará territorialmente, tanto a escala provincial como local (para los *puntos turísticos* considerados por el INE en la EOH).

El estudio de la demanda culminará con el tratamiento de dos indicadores relativos a los hábitos de consumo. Por una parte, la estancia media, que refleja la permanencia de los usuarios en el territorio-destino, así como la capacidad de su oferta para conseguirla; esta variable se analizará en general –en relación con la procedencia–, para lo que se recurrirá a las *Encuestas de Ocupación* del INE, y según los tipos de turismo, empleando para ello la clasificación contenida en el SAETA (sección *Segmentos turísticos*). Por otra parte, se observará el gasto turístico per cápita, muy elocuente del comportamiento de los usuarios y la proyección económica de la actividad, considerándose también de manera general –por procedencia–, según los datos de Egatur (*Encuesta de Gasto Turístico*, INE), y en función de tipologías.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. Oferta

##### 3.1.1. Continuidad en el crecimiento, pero no excesiva especialización turística

La oferta turística andaluza de alojamiento ha mantenido hasta hoy una tendencia expansiva. Analizando los datos del INE, puede verse un crecimiento continuado, solamente interrumpido por la crisis del COVID-19, tras la cual se han recuperado rápidamente los niveles previos, hasta situar la oferta alojativa en 2022 en el umbral del medio millón de plazas (figura 2). Comparando dicha evolución con la española, se percibe una tendencia similar, lo que ha repercutido en que Andalucía mantenga su peso cuantitativo respecto del total nacional, incluso incrementándolo ligeramente: tomando como referencia 2008, 2015 y 2022 (años inicial, central y final del periodo analizado), las plazas regladas representaban respectivamente el 13,38%, 14,26% y 14,57% del conjunto de España. Tales cifras, evidencian la relevancia de la oferta, pero no un grado de especialización excesivo. En efecto, en 2022, la proporción de la oferta alojativa regional respecto de la española resultaba inferior a su peso poblacional en el conjunto del país, situado en el 17,93% (según el Padrón de habitantes de 1 de julio de 2022).



La comparativa entre Andalucía y otras CC.AA. ratifica lo apuntado. Considerando el grado de especialización a partir de la interrelación entre oferta alojativa y población residente (número de plazas por cada 1000 habitantes), la región se sitúa en una posición media o incluso media-baja respecto del conjunto (figura 3). Así, en 2022 estaba muy lejos de las CC.AA. más especializadas turísticamente, coincidentes con los dos archipiélagos, pese a su descenso relativo, pero también de otras tan relevantes como Cataluña o Comunidad Valenciana. Más sorprendente resulta, sin embargo, que CC.AA. tradicionalmente consideradas como de menor tradición y peso turístico, como Cantabria, Asturias o Aragón, cuenten con un grado de especialización mayor que el nuestro, que en 2022 resulta similar a Castilla y León, La Rioja o Navarra. Y ello a pesar del incremento de casi nueve puntos (de 49,66 a 58,18) registrado en Andalucía entre 2008 y 2022.

Lo expuesto refleja que este es un sector importante en la región, pero dentro de un contexto de diversificación económica y funcional, al menos en mayor medida que en otras CC.AA. de gran significación turística. No obstante, esta afirmación genérica debe ser matizada, a tenor de los desequilibrios existentes en un territorio extenso y complejo y de los importantes cambios recientes, que influyen en el progresivo peso relativo de la oferta alojativa, como se ha señalado líneas atrás.

### 3.1.2. Estructuración por tipologías alojativas: nuevas dinámicas y desequilibrios

El incremento en la oferta alojativa andaluza evidencia realidades dispares si se incorpora al análisis el desglose por tipologías, cuya consideración resulta igualmente divergente según la fuente utilizada.

Como se explicó en el apartado de Metodología, el INE incluye en sus *Encuestas de Ocupación* una serie de grandes tipos para permitir la homogeneización estadística entre CC.AA. Considerándolas para el caso de Andalucía (figura 4), se observa un peso muy desigual, destacando sobremanera las plazas en establecimientos hoteleros que, tras recuperar la línea previa a la pandemia del COVID-19, han experimentado un crecimiento moderado pero constante, cifrado en unas 50.000 en el periodo analizado. Las restantes tipologías tienen un peso bastante inferior, produciéndose incrementos solo en los alojamientos de turismo rural (coincidentes con las casas rurales) y, de manera más significativa, en los apartamentos, frente a la tendencia a la estabilización de los campings.

Lo señalado debe, sin embargo, matizarse si se considera una fuente más específica: el RTA y su plasmación en los *Informes de Oferta Turística*, donde se muestran datos parcialmente divergentes con los anteriores debido al mayor desglose entre tipologías (figura 5), según lo establecido en la legislación andaluza<sup>2</sup>. Más allá de la diferenciación en lo relativo a los establecimientos hoteleros entre dos subtipos, Hoteles y Hostales-Pensiones<sup>3</sup>, lo más destacado es la inclusión en el RTA desde 2016 de las categorías VFT y VTAR<sup>4</sup>, que han alcanzado gran relevancia, modificando sustancialmente el panorama anterior.

La irrupción de las VFT<sup>5</sup> debe calificarse de espectacular, con un crecimiento hasta 2019 de en torno a 100.000 plazas anuales y un aumento reciente de ritmo algo menor que, sin embargo, parece haberse intensificado nuevamente en 2022, alcanzando las 499.936 plazas. Esta impetuosa entrada supuso un cambio

2. De especial interés al respecto resultan la *Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía*, así como el *Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos*.

3. En la figura 5 se incluyen solo los establecimientos de la categoría hoteles (lo que explica que el número total no coincida con el reflejado en la figura 4, que consideraba también pensiones y hostales). La exclusión de esta última subtipología se justifica por su menor proyección turística.

4. Las VFT se definen en la legislación andaluza como "aquellos inmuebles cuya ubicación está en suelo de uso residencial y se ofrecen como servicio de alojamiento con fines turísticos de forma habitual y mediante precio", mientras que las VTAR se corresponden con "aquellas situadas en el medio rural en las que se presta únicamente el servicio de alojamiento, y que son ofertadas al público, para su utilización temporal u ocasional, con fines turísticos, una o más veces a lo largo del año, sin que en ningún caso la prestación del servicio exceda, en conjunto, de tres meses al año". Estas últimas se diferencian esencialmente de las casas rurales porque no proporcionan servicios complementarios más allá del alojamiento.

5. Las VFT asumen diferentes denominaciones en las normativas de las CC.AA., como *viviendas de uso turístico* (VUT), siendo esta mayoritaria, *viviendas vacacionales* o *alojamientos turísticos extrahoteleros*, entre otras (Navarro-Jurado & Guevara-Plaza, Dir., 2020).



radical en la organización de la oferta alojativa reglada en Andalucía, ya que en 2019 las plazas en viviendas turísticas superaron por primera vez a las hoteleras, tradicionalmente muy dominantes. Además, la proliferación de VFT, especialmente concentradas en ciudades de alto atractivo, está contribuyendo a incrementar los problemas derivados de una excesiva intensificación turística<sup>6</sup>.

Por su parte, el crecimiento de las VTAR ha sido también importante y continuado desde 2016, aunque mucho menor que el de las VFT, debido a su carácter más especializado y al menor peso cuantitativo global del turismo rural. Con todo, su desarrollo les ha permitido superar con mucho a las casas rurales (más exigentes en requisitos, al incluir servicios complementarios al alojamiento) y aproximarse en el volumen de su oferta a campings y apartamentos, que, como los hoteles, siguen creciendo, pero muy ligeramente.

### 3.1.3. Una acusada disparidad intrarregional

El análisis anterior debe acompañarse de una visión más detallada y territorializada que refleje la diversidad y complejidad del espacio andaluz. Ante la imposibilidad de descender en un trabajo de este carácter al detalle de los destinos concretos, se abordarán las escalas provincial y municipal, para las que existe información estadística oficial.

En la provincial, a pesar de que las *Encuestas de Ocupación* del INE aportan datos desglosados, se ha optado por usar los *Informes de Oferta Turística de Andalucía* (sustentados en el RTA), que ofrecen una visión más real de la oferta alojativa, al incluir las VFT y VTAR.

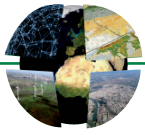
La distribución interprovincial de la oferta alojativa y su evolución reciente presentan una realidad extraordinariamente diversa (figura 6). Se constata un acusado desequilibrio, destacando sobremanera la provincia de Málaga, que concentra más de un tercio de las plazas de Andalucía y que, además, muestra un importante crecimiento durante los últimos años (aproximadamente la mitad del total). Las demás reflejan niveles muy inferiores, ya que solo Cádiz supera el 15% del total en el periodo considerado y Sevilla, que registra un crecimiento reciente (particularmente claro en 2022), supera por poco el umbral del 10%. Y lo más significativo: ninguna de las demás provincias deja ver una evolución positiva (en términos de proporción sobre el total), sino un descenso de su peso relativo, lo que evidencia un crecimiento en Málaga mucho más intenso que en el resto del territorio.

Para aquilatar más el peso de la oferta alojativa se ha establecido una comparativa con la población provincial (figura 6). El contraste resulta interesante por cuanto descubre que el reparto no siempre tiene un correlato con el peso poblacional, revelando un grado de especialización turística muy dispar entre provincias. Así, en Málaga se constata un peso y crecimiento muy superior al que correspondería a su demografía, lo que prueba una alta especialización. Distinta es la situación de Sevilla, donde su importante peso poblacional (superior al 20%) no se acompaña en igual medida por la oferta alojativa, que tan solo en 2022 logró alcanzar el 10% regional. Algo similar ocurre en Córdoba y Jaén, las otras dos provincias estrictamente interiores de Andalucía, cuyo porcentaje respecto de la población, bastante inferior al de Sevilla, resulta sin embargo considerablemente superior al de las plazas turísticas, en ambos casos menor al 5%. En las restantes provincias, el porcentaje de la oferta sí está bastante en consonancia con el demográfico, pese a algunos descensos recientes del peso turístico, como en Granada y Huelva.

En cuanto a la distribución por tipos alojativos, para mostrar la evolución reciente se han tomado como referencia los años 2016 (correspondiente a la aparición de las VFT y VTAR) y 2022 (figura 7).

En 2016 las plazas hoteleras eran aún muy mayoritarias, con porcentajes que en todas las provincias oscilaban entre el 45 y el 60% del total, salvo en Jaén donde, por sus caracteres, hay una mayor diversificación tipológica resultante de la importancia de campings y alojamientos rurales, particularmente la nueva modalidad de VTAR. Debe destacarse también que las VFT todavía no mostraban un gran crecimiento, aunque comenzaban a alcanzar magnitudes significativas, superiores al 10%, en provincias con importante presencia de espacios urbanos de proyección turística, como Málaga, Sevilla y Cádiz.

6. En el caso andaluz, aún son pocos los estudios sobre el impacto de estas nuevas formas de alojamiento en la turistificación de entornos urbanos, destacando el trabajo pionero desarrollado por Navarro-Jurado & Guevara-Plaza (Dir., 2020).



Sin embargo, en 2022 se registraron cambios muy significativos. El principal, el espectacular incremento de las VFT en todas las provincias, con porcentajes que, salvo en Huelva y Jaén, superaban el 30% del total de plazas, siendo mucho mayores en Cádiz, Sevilla y, sobre todo, Málaga, donde suponían ya casi dos tercios de las plazas regladas. Consecuencia directa fue la acusada disminución porcentual de las plazas hoteleras, que no obstante seguían siendo importantes (las segundas en peso proporcional, a mucha distancia del resto) y mayoritarias en Huelva y Jaén. A destacar también el peso creciente de las VTAR, especialmente en las provincias de mayor potencial turístico rural como Cádiz, Córdoba, Granada y, especialmente, Jaén.

Tras la organización provincial de la oferta alojativa, se ofrece a continuación un desglose municipal, máximo nivel de desagregación posible en un estudio como este. Obviamente, no se trata de un acercamiento pormenorizado, municipio a municipio, pero sí válido para reflejar las grandes claves de la distribución de plazas. El análisis se sustenta en información relativa a tres años: 2006 (según lo contenido en el artículo de Fernández-Tabales & Mendoza-Bonet, 2007)<sup>7</sup>, 2016 y 2022 (con datos del RTA). Siguiendo la propuesta de dichos autores, para ponderar el nivel de especialización turística se consideran tanto el total de plazas regladas como su número por cada 1000 habitantes.

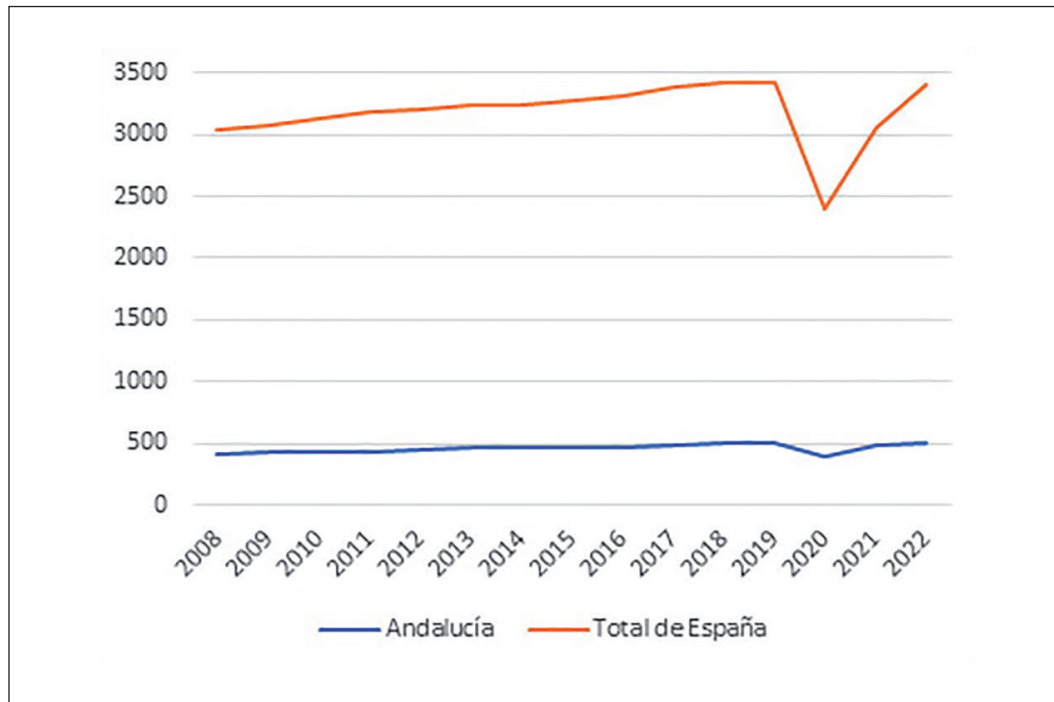
La observación de la cartografía (figuras 8 y 9) permite advertir los importantes desequilibrios existentes. En términos absolutos, destaca el nítido contraste entre interior y litoral, donde se concentra el grueso de la oferta. El *Informe de Oferta Turística* de 2016 explicitaba que, para ese año, el 65,6% de las plazas regladas se localizaban en municipios litorales; pero, además, el 31,4%, es decir, casi un tercio del total, lo estaban en la Costa del Sol, lo que evidencia el extraordinario grado de concentración existente. Esta polarización territorial incluso se ha reforzado durante los últimos años. Según el Informe de 2022, los municipios litorales aglutinaban el 68,7% de las plazas (acentuándose mucho más en la Costa del Sol: 38,51% del total andaluz), frente a 31,30% de los municipios interiores.

Además, en el interior regional, el menor volumen de la oferta alojativa se acompaña de un mayor grado de dispersión territorial. Los mayores focos corresponden, lógicamente, a las capitales, y, en menor medida, a diversas ciudades medias de gran valor patrimonial (Carmona, Ronda, Antequera, Úbeda, Baeza) junto a municipios localizados en ámbitos rurales-naturales de importante capacidad de atracción (Sierra de Grazalema, Sierra Morena de Huelva y Sevilla, sierras del interior malagueño, Alpujarras y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas). Por el contrario, la mayoría de los espacios de carácter rural y natural ha contado con una oferta alojativa débil, pese al crecimiento registrado durante los últimos años en numerosos municipios, muchos de los cuales cuentan por primera vez con alojamientos reglados (figura 8).

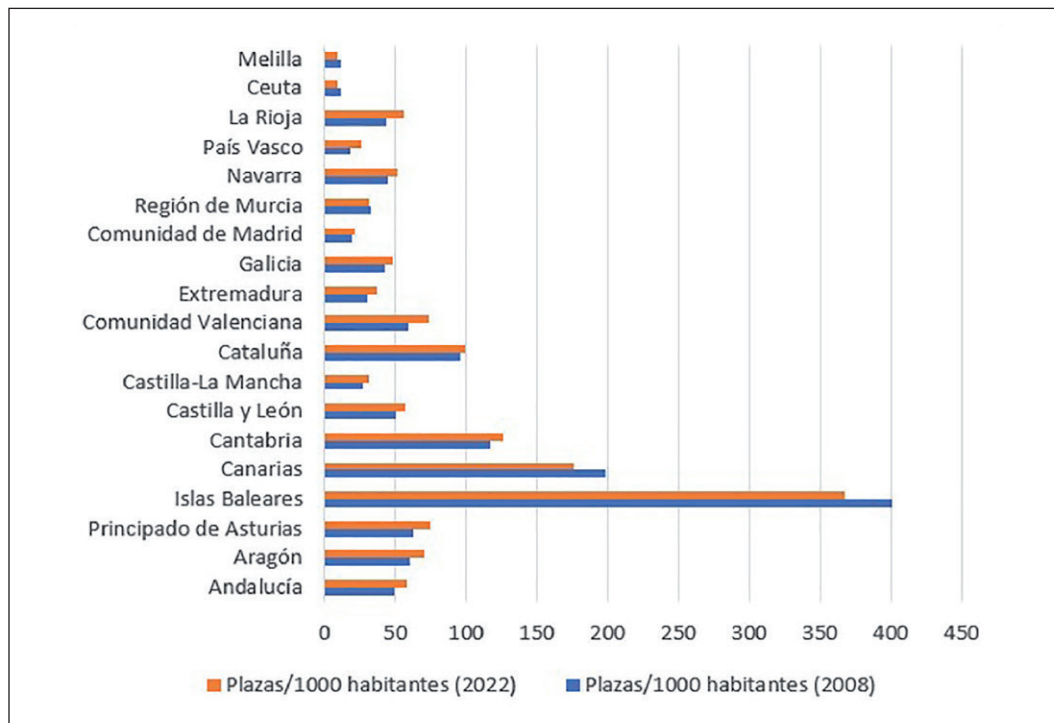
Esta visión se pondera más adecuadamente al compararla con la población (figura 9). Así, frente a la debilidad de la oferta en la mayor parte de los municipios de la Depresión del Guadalquivir, se observa un mayor grado de concentración en zonas montañosas, tanto de Sierra Morena (en especial en su sector más occidental) como, más claramente, en los sistemas béticos, con particular relevancia en las sierras de Cádiz y Málaga, el entorno de Sierra Nevada y las sierras de Cazorla, Segura y las Villas, algunos de cuyos municipios han alcanzado tasas elevadas durante los últimos años. En el litoral, su cuantiosa población explica que determinados municipios, pese a su importante oferta alojativa, no presenten tasas de concentración máximas, aunque el crecimiento reciente de la oferta repercuta en que en 2022 gran parte se sitúen en la franja más alta del rango (por encima de 250 plazas/1000 habitantes).

7. Somos conscientes de que 2006 no se incluye en el periodo establecido para el análisis (2008-2022). No obstante, en este caso particular, y debido al interés de establecer una comparativa entre años (reflejada en la cartografía aportada en las Figuras 8 y 9) se ha considerado justificable la excepción.

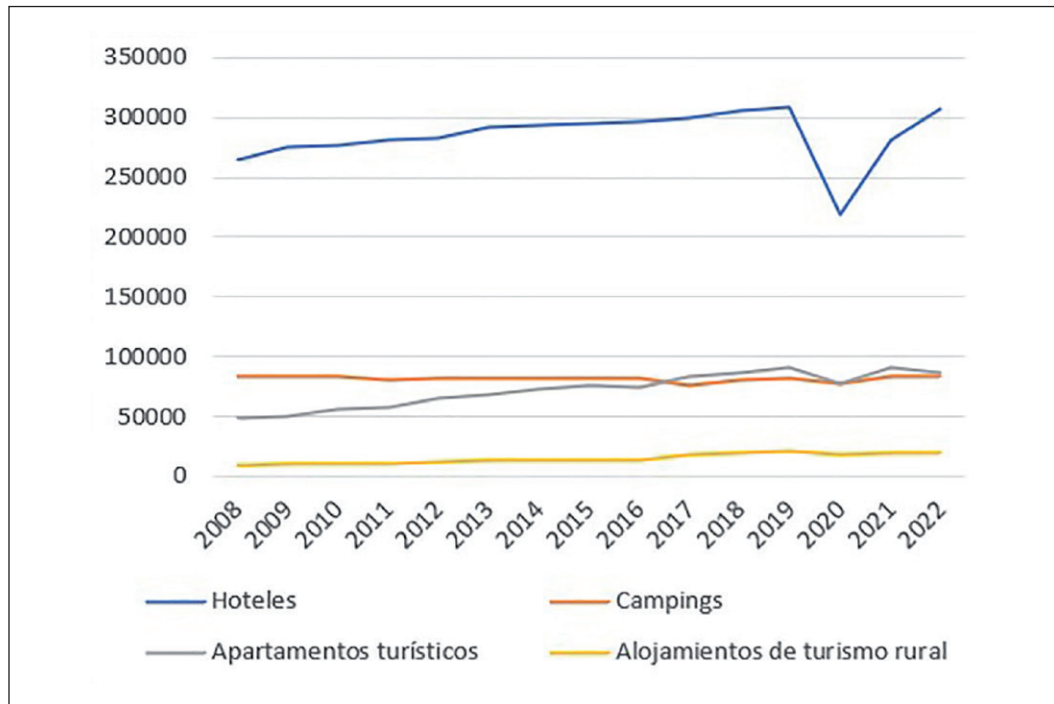




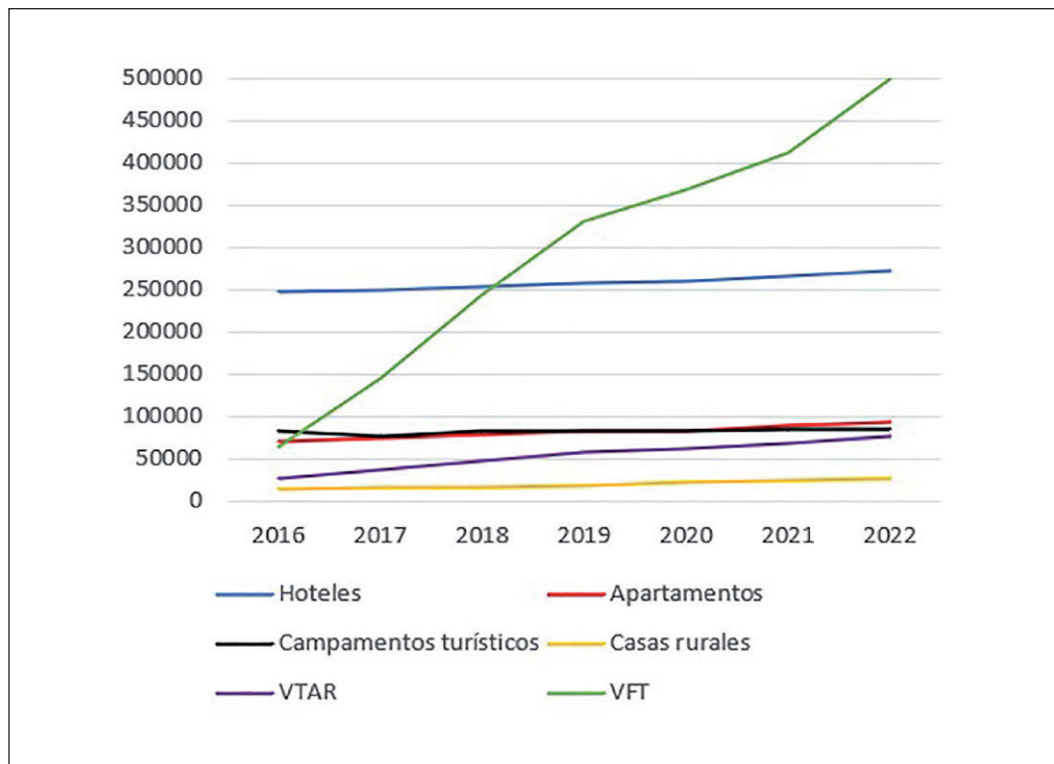
**Figura 2.** Evolución del número de plazas turísticas regladas en Andalucía (2008-2022) en comparación con el total español (en miles)\*. \*Los datos se refieren a julio, por tratarse (junto con agosto) del mes con mayor número de plazas ofertadas cada año. Fuente: *Encuestas de Ocupación*, INE. Elaboración propia.



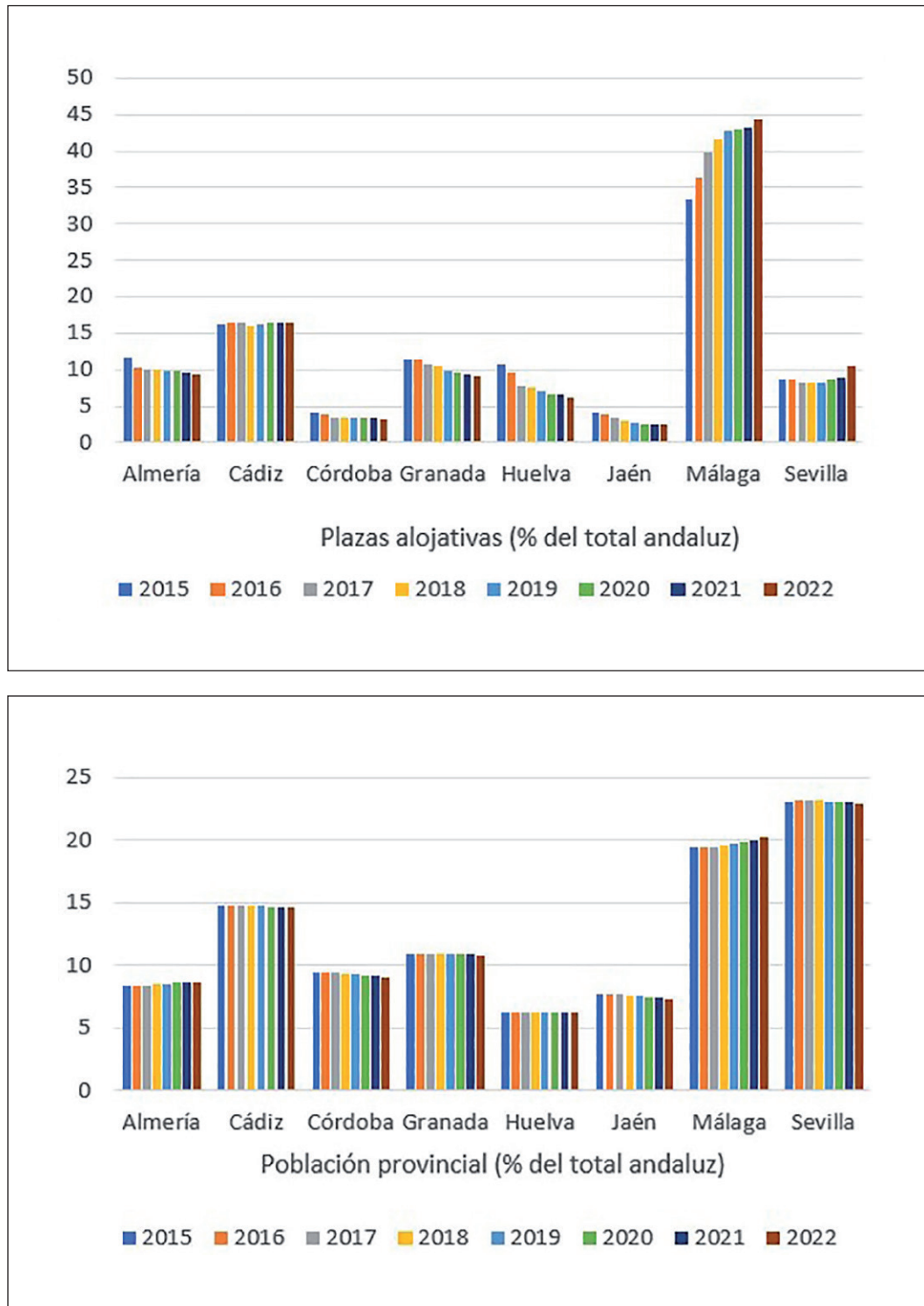
**Figura 3.** Relación plazas alojativas regladas-población residente en Andalucía frente a otras CC.AA. (2008 y 2022)\*. \*Los datos de refieren al mes de julio, tanto por su relevancia y representatividad (véase gráfica anterior) como por permitir la comparativa con las cifras de población residente según el Padrón de habitantes (ofrecidos por el INE con fechas 1 de enero y 1 de julio de cada año). Fuente: *Encuestas de Ocupación y Población Residente por CC.AA.*, INE. Elaboración propia.



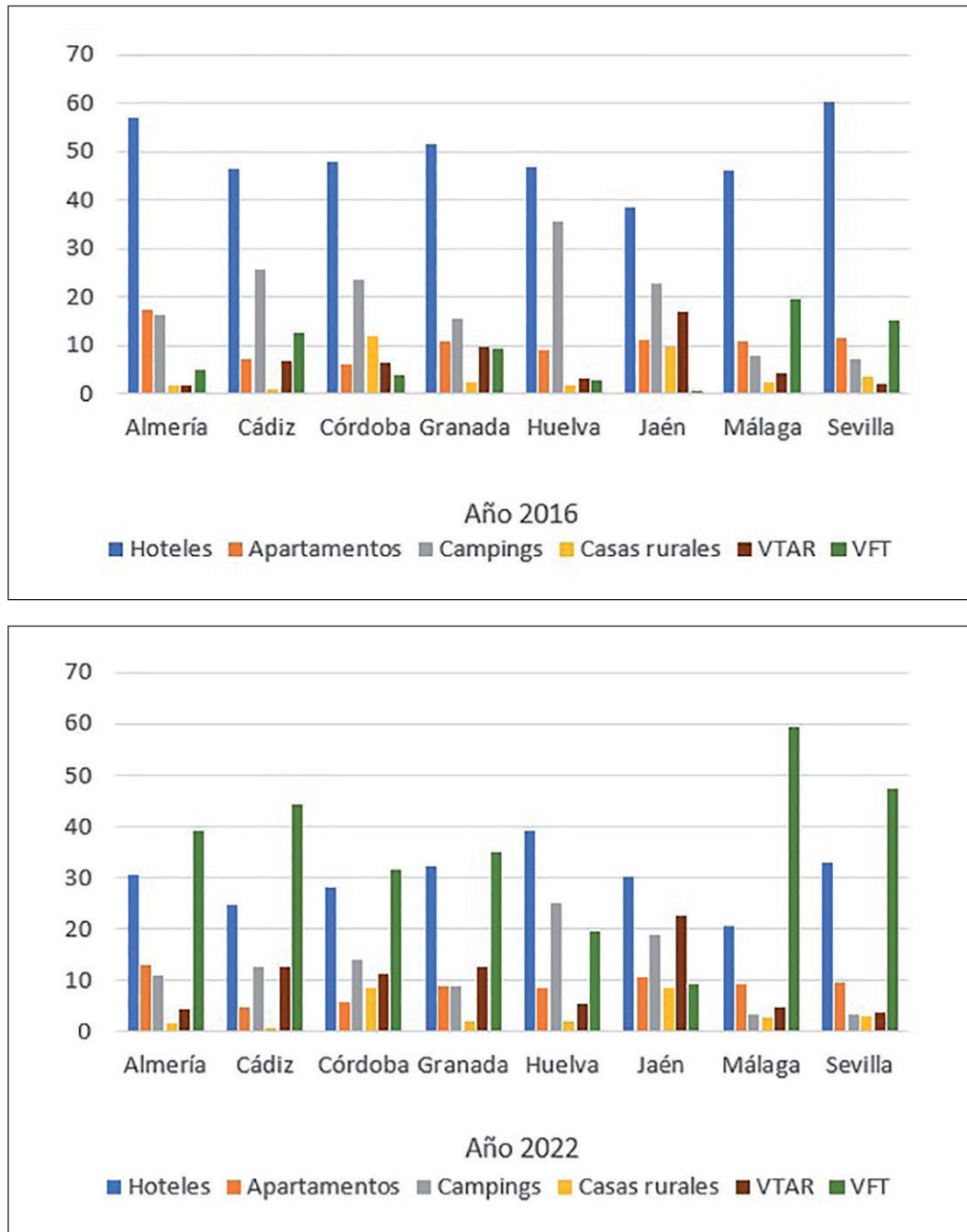
**Figura 4.** Evolución del número de plazas turísticas regladas en Andalucía (2008-2022)\* según grandes tipologías. \*Los datos se refieren al mes de julio. Fuente: *Encuestas de Ocupación*, INE. Elaboración propia.



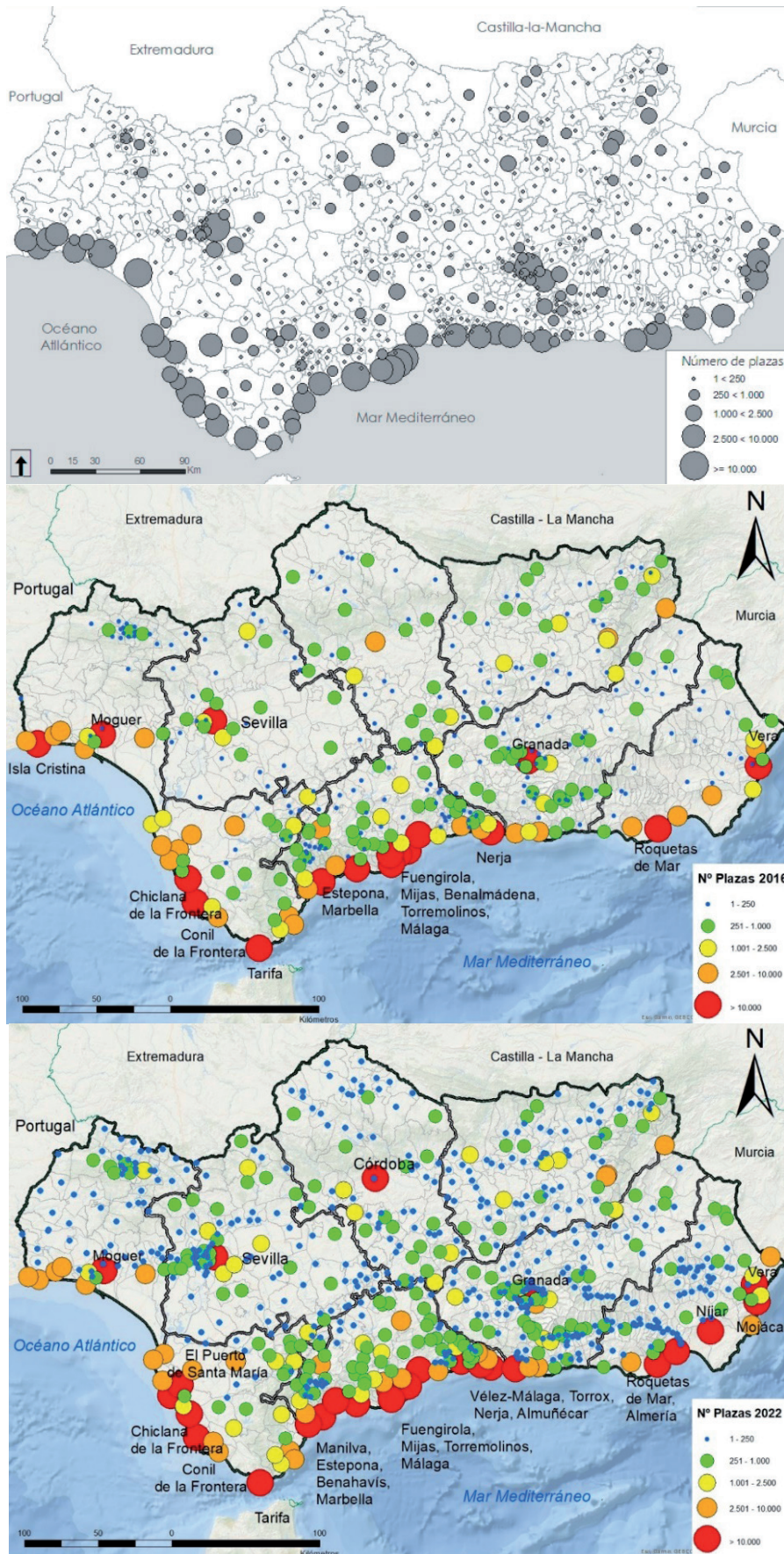
**Figura 5.** Evolución del número de plazas turísticas regladas en Andalucía (2016-2022) según tipologías contempladas en el RTA. Fuente: *Informes de Oferta Turística de Andalucía*. Elaboración propia.



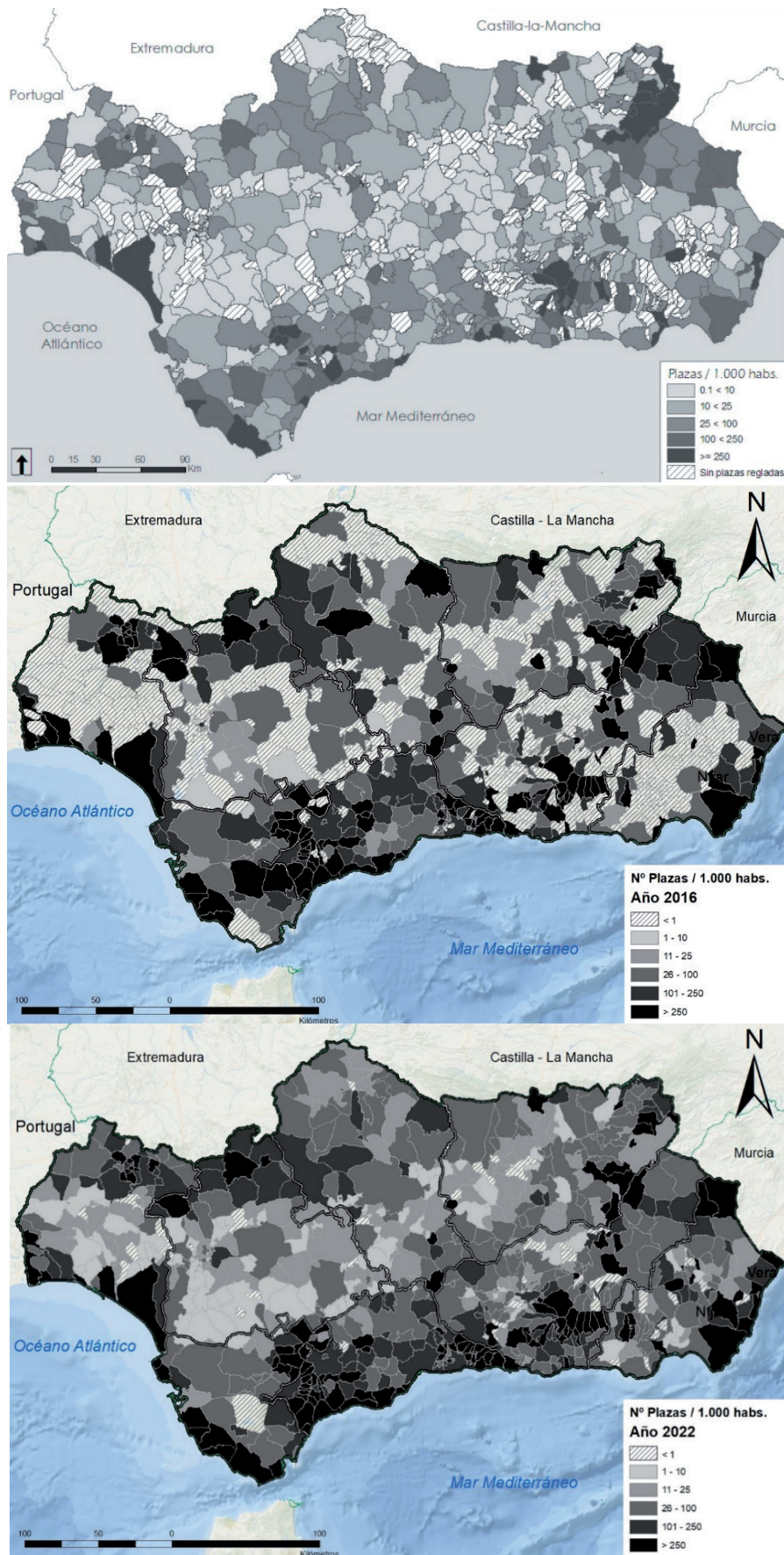
**Figura 6.** Distribución proporcional de las plazas regladas entre provincias de Andalucía y relación con la población (2015-2022). Fuente: *Informes de Oferta Turística de Andalucía y Padrón de Población por provincias* (INE). Elaboración propia.



**Figura 7.** Distribución proporcional del número de plazas entre provincias de Andalucía según tipos alojativos: años 2016 y 2022. Fuente: *Informes de Oferta Turística de Andalucía*. Elaboración propia.



**Figura 8.** Comparativa en el número de plazas en municipios andaluces: años 2006, 2016 y 2022. Fuente: Fernández-Tabales & Mendoza-Bonet (2007) y RTA. Elaboración propia.



**Figura 9.** Comparativa en el número de plazas por cada 1000 habitantes en municipios andaluces: años 2006, 2016 y 2022. Fuente: Fernández-Tabales & Mendoza-Bonet (2007), RTA y Padrón de Habitantes (INE). Elaboración propia.



## 3.2. Demanda

### 3.2.1. Afluencia muy importante y creciente

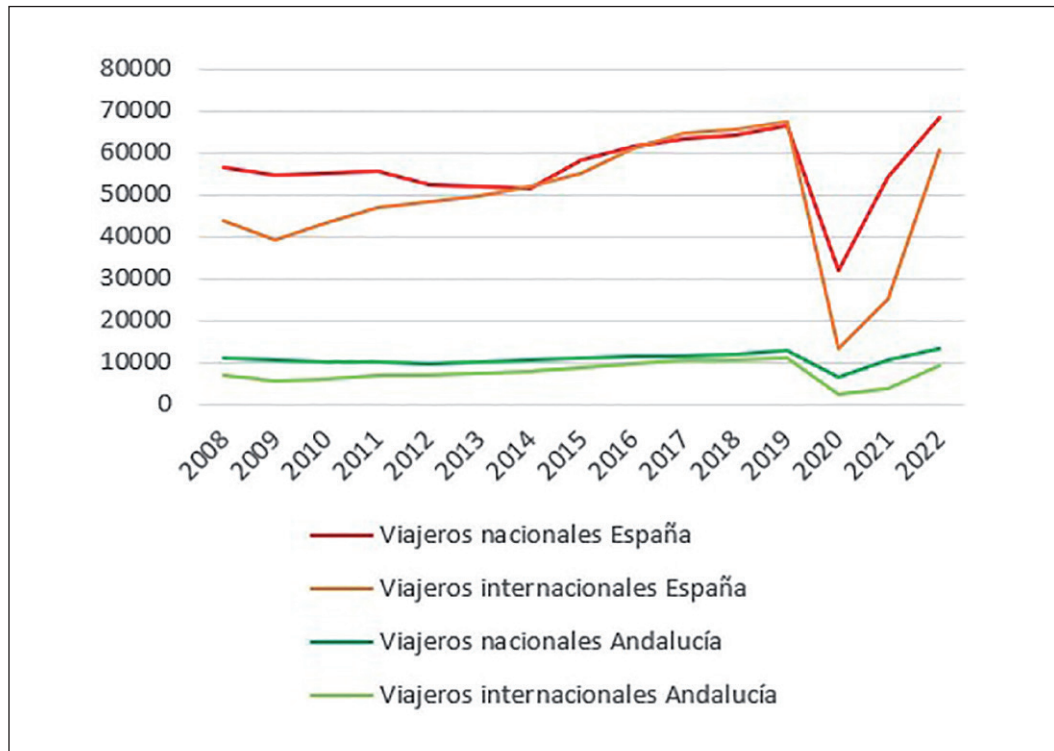
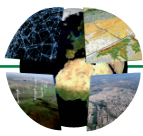
La variable básica respecto de la demanda es el número de turistas; sin embargo, como se explicó en el apartado de Metodología, es imposible determinarlo con precisión. El medidor más fiable y, por ello, empleado aquí como punto de partida, es el número de usuarios en establecimientos alojativos reglados, pudiendo servir como indicadores específicos el total de viajeros y de pernoctaciones.

Los datos de viajeros alojados en Andalucía reflejan un aumento durante el periodo considerado y una afluencia global muy significativa, situada en 2022 en casi 22,5 millones de usuarios, cifras muy similares a las de 2019 e incluso superiores para el turismo de origen español, que registró un máximo histórico (figura 10).

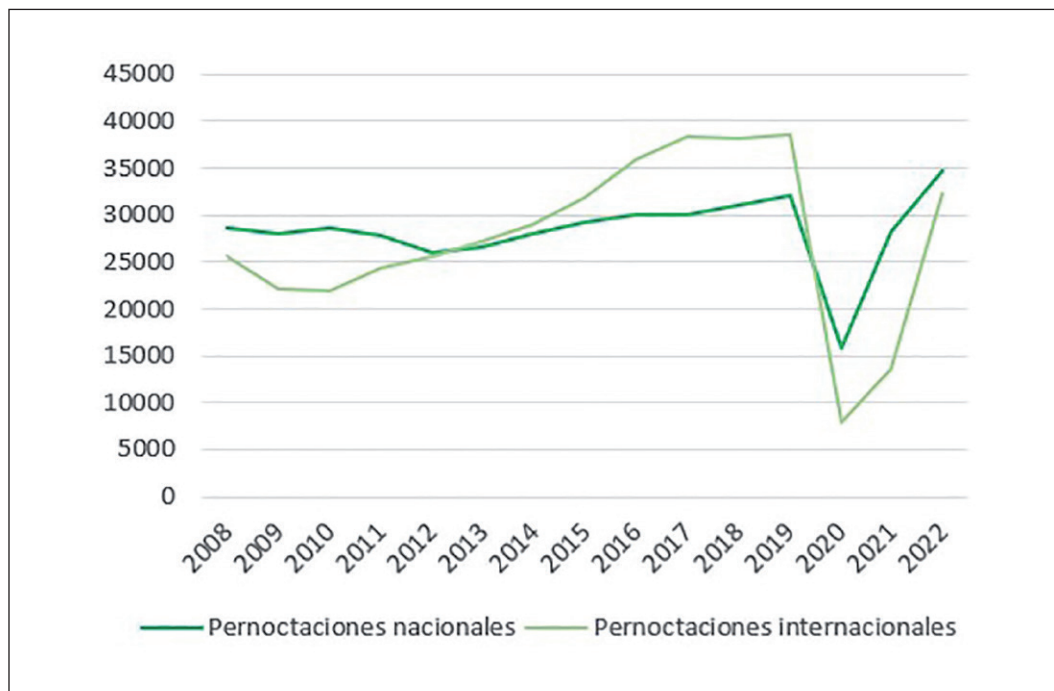
Más en detalle se aprecia como, tras el ligero retroceso de 2008 y años posteriores por el impacto de la crisis financiera, aquí se experimentó una expansión más temprana y continuada que en el conjunto español, hecho especialmente patente en el turismo de procedencia nacional; en lo que respecta al internacional, la región ha participado del gran ascenso observado en todo el país, aunque en menor proporción y sin que el número de visitantes extranjeros llegue a superar al de nacionales (como sí ocurre en el caso de España), pese a aproximarse mucho durante los años anteriores al COVID-19. En conjunto, el porcentaje de viajeros alojados en establecimientos andaluces respecto del total español se ha mantenido bastante estable, pese a los vaivenes consecuencia de la crisis financiera y la pandemia: 17,71% en 2008, 16,53% en 2011, 17,58% en 2014, 17,95 en 2019, cayendo ligeramente al 17,71% en 2022.

La profundización en el análisis procede de la consideración de una variable más representativa del comportamiento de los usuarios: las pernoctaciones. La observación de su evolución (figura 11) muestra una dinámica diferenciada respecto del número de viajeros. Tras el descenso derivado de la crisis de 2008, desde 2010 destaca el importante crecimiento de las pernoctaciones de extranjeros, superando con mucho a las nacionales y alcanzando picos superiores a los 38 millones en el trienio 2017-2019, lo que revela su mayor permanencia respecto de los españoles. En el caso de estos, el aumento resultó más tardío y modesto durante los años pre-COVID. Pero tras la pandemia se ha registrado un espectacular incremento, alcanzándose en 2022 un total de 34.668.449 y superando con mucho las poco más de 32.100.000 de 2019, la cifra más alta antes alcanzada. Este hecho, que cabe vincular a un mayor auge del turismo de proximidad tras la recuperación post-COVID, podría indicar también el inicio de un nuevo proceso expansivo de gran intensidad, cuya realidad y alcance habrá que ir verificando en años venideros.

El análisis de las pernoctaciones por tipologías (figura 12) permite indagar con más precisión en los comportamientos y preferencias de los usuarios. El importante crecimiento de la ocupación por extranjeros en los años anteriores a 2019 se observa en todas las tipologías, salvo en los campings. Destaca, además, el espectacular ascenso registrado en los apartamentos (con una gran diferencia sobre los usuarios nacionales) y el que las pernoctaciones internacionales en alojamientos rurales llegasen a superar a las nacionales en los años anteriores a 2019. Esto, que resulta un tanto sorprendente si se considera el tradicional carácter de proximidad del turismo rural (Yagüe-Perales, 2002), parece evidenciar la creciente capacidad de atracción turística –desde el punto de vista de la escala de procedencia– de diversos espacios rurales andaluces. En cuanto a las pernoctaciones nacionales, la dinámica apunta a lo ya señalado respecto del posible inicio de un nuevo ciclo expansivo: los crecimientos relativamente modestos, incluso con vaivenes, anteriores a 2020, se tornan mucho más intensos en 2021 y 2022, alcanzándose máximos en las cuatro tipologías (muy especialmente en campings y alojamientos rurales).

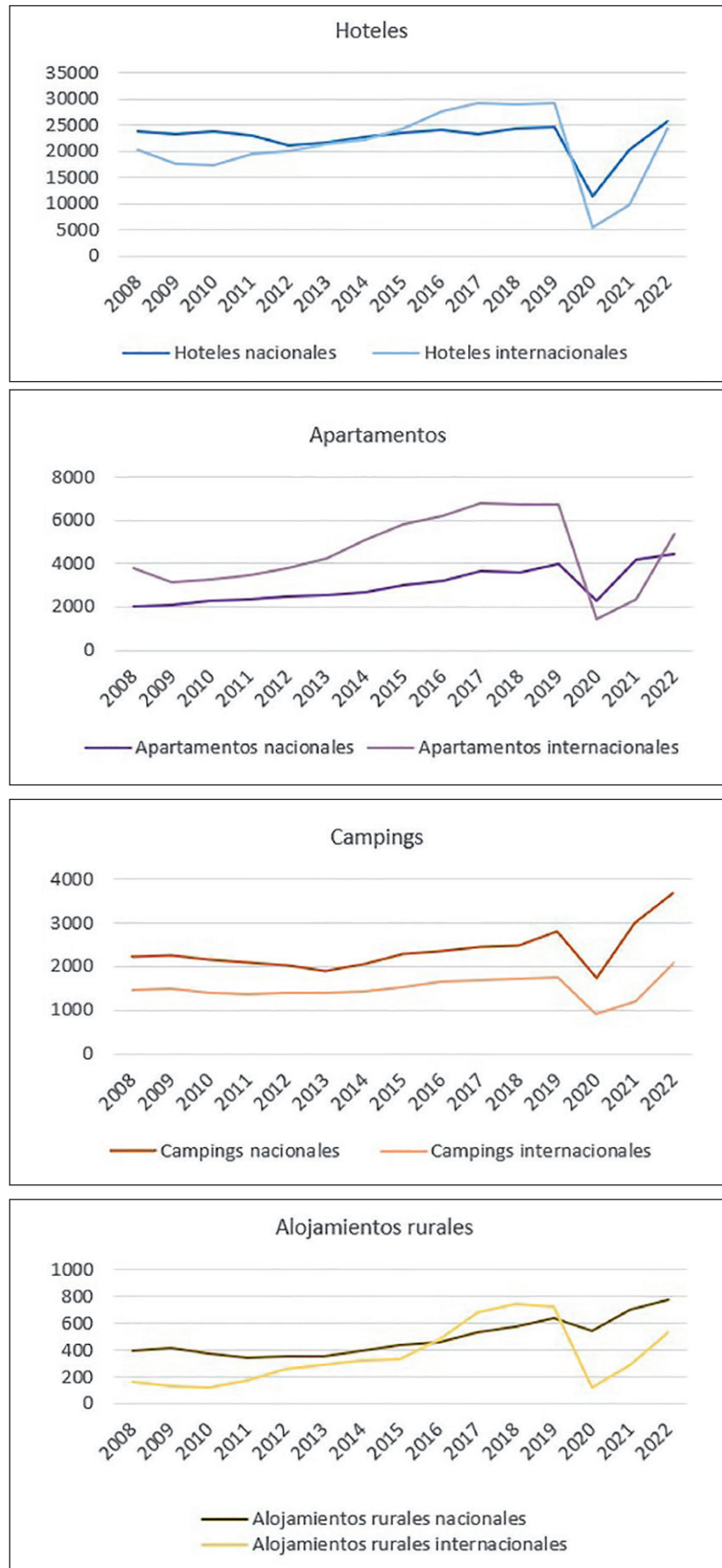


**Figura 10.** Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos de Andalucía y comparativa con el conjunto de España durante el periodo 2008-2022 (en miles). Fuente: *Encuestas de Ocupación*, INE. Elaboración propia.

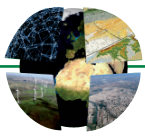


**Figura 11.** Evolución del número de pernoctaciones en establecimientos de Andalucía durante el periodo 2008-2022 por procedencia básica (en miles). Fuente: *Encuestas de Ocupación*, INE. Elaboración propia.





**Figura 12.** Evolución del número de pernoctaciones en establecimientos de Andalucía durante el periodo 2008-2022 por tipologías alojativas (en miles). Fuente: Encuestas de Ocupación, INE. Elaboración propia.

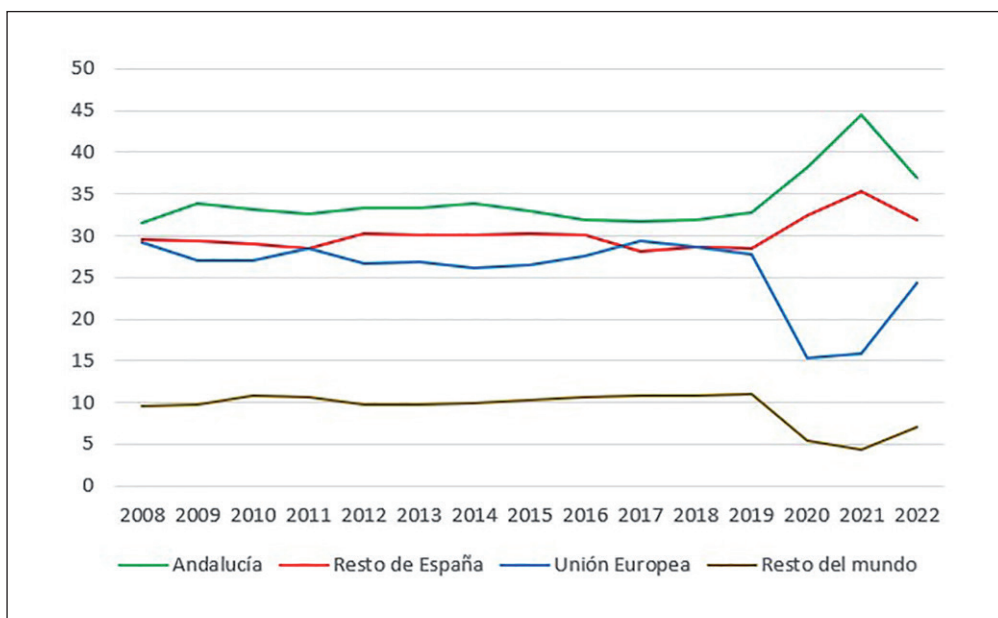


### 3.2.2. Disparidad y cambios en la procedencia de los usuarios

La profundización en el análisis de la demanda exige ahora una consideración más detallada de su procedencia. En una aproximación por grandes ámbitos (figura 13), las líneas evolutivas manifiestan que, salvo por el impacto de la pandemia, que repercutió en un descenso significativo de los usuarios internacionales, las tendencias han resultado bastante estables, tan solo con pequeñas oscilaciones. Los turistas andaluces y del resto de España han resultado mayoritarios durante el periodo analizado, viéndose tan solo superados por los del resto de la UE en 2017 y 2018. Con todo, debe remarcarse el importante peso relativo de los visitantes internacionales, en torno al 35-40% todos los años, detectándose además un crecimiento suave pero continuo de los extracomunitarios antes de la irrupción del COVID-19.

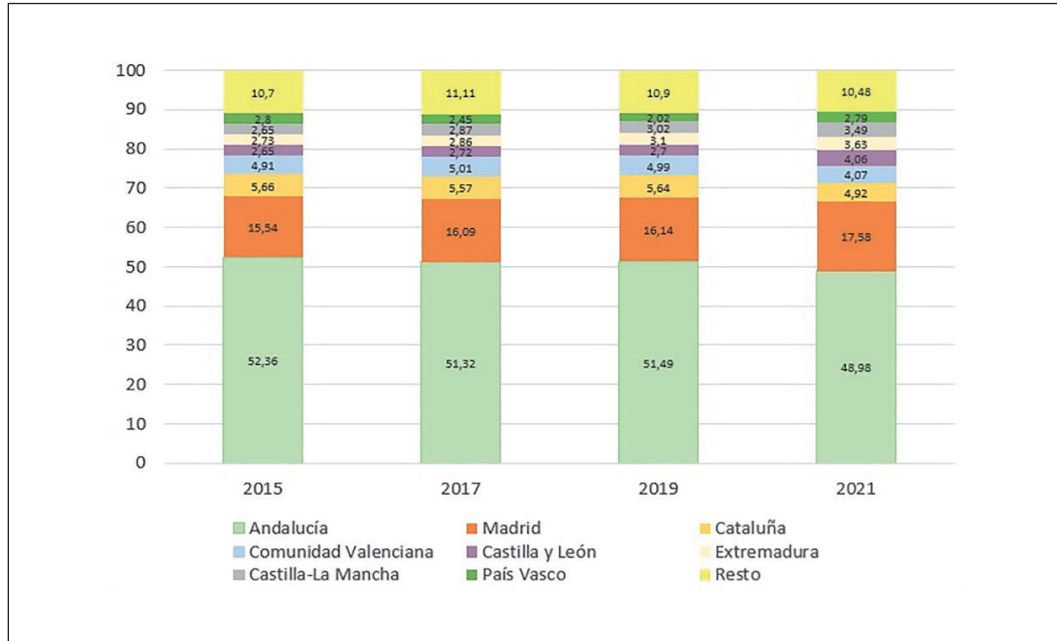
En un examen más pormenorizado, por segmentos específicos, las cifras relativas a los turistas españoles (figura 14) reflejan el claro predominio de los andaluces, que suponen en torno a la mitad del total, aunque con una ligera disminución en 2021, vinculada a la ya apuntada gran expansión del turismo nacional en la postpandemia. En cuanto a las restantes CC.AA., los datos descubren una interesante dualidad: por una parte, el descenso relativo en los porcentajes de regiones históricamente relevantes en su afluencia (Cataluña y Comunidad Valenciana); por otra, un incremento constante en los porcentajes de comunidades de interior como Madrid –con un peso muy destacado–, Extremadura, Castilla y León y Castilla-La Mancha.

Cambios recientes se detectan también, incluso con mayor nitidez e intensidad, en el turismo internacional (figura 15). Pese a que el predominio de los clientes tradicionales (británicos, alemanes y franceses) se mantiene, su peso relativo se ha venido reduciendo, en una tendencia que pareció intensificarse en 2022. Contrariamente, destaca la pujanza de viajeros de la UE (señalándose en los informes del SAETA el crecimiento constante de países como Portugal, Italia, Irlanda y Polonia) y de extracomunitarios. Tal es el caso de Estados Unidos (pese al pequeño descenso en 2022, en un contexto todavía parcialmente marcado por la pandemia) y la irrupción reciente de los mercados sudamericano y, sobre todo, asiático<sup>8</sup>.

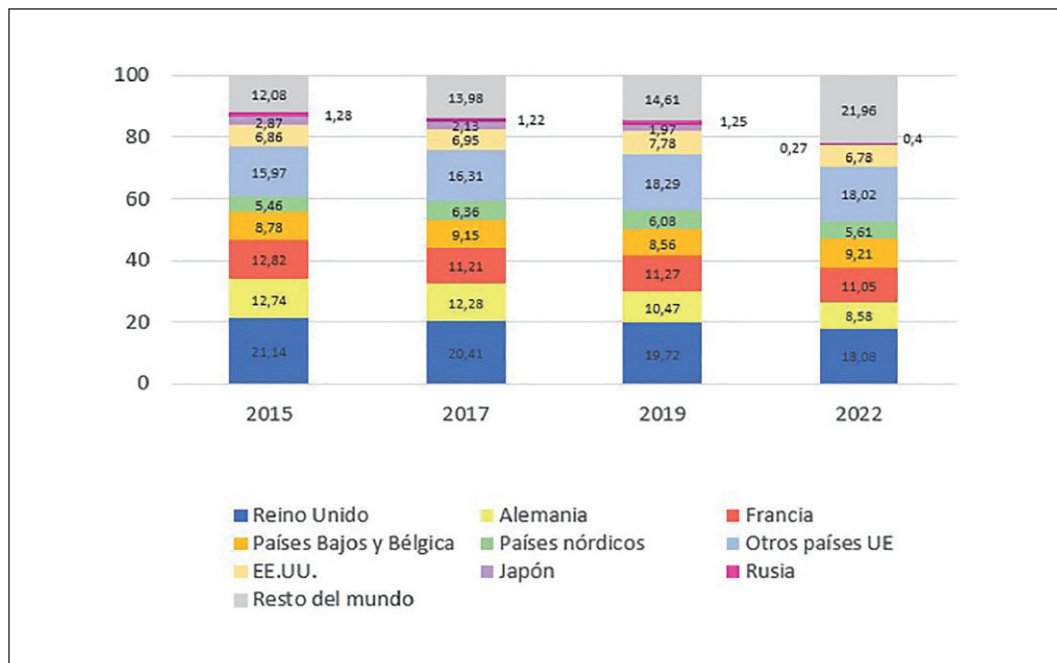


**Figura 13.** Evolución (%) de la procedencia específica de los usuarios (por grupos mayoritarios) durante el periodo 2008-2022. Fuente: ECTA. Elaboración propia.

8. Japón (mercado tradicional, aunque minoritario cuantitativamente) presenta una dinámica diferenciada, de claro descenso de su peso relativo (Figura 15), más en consonancia con los otros clientes tradicionales.



**Figura 14.** Distribución (%) de la procedencia específica de los viajeros de origen español (por grupos mayoritarios) en los años 2015, 2017, 2019 y 2021\*. \*No se aportan datos de 2022 porque la *Encuesta de Ocupación Hotelera* no había publicado los de dicho año en el momento de finalizar este trabajo (abril de 2023) y el informe de 2022 del SAETA no desglosa la procedencia por CC.AA. Fuente: SAETA (Informes de Demanda) y *Encuesta de Ocupación Hotelera*. Elaboración propia.



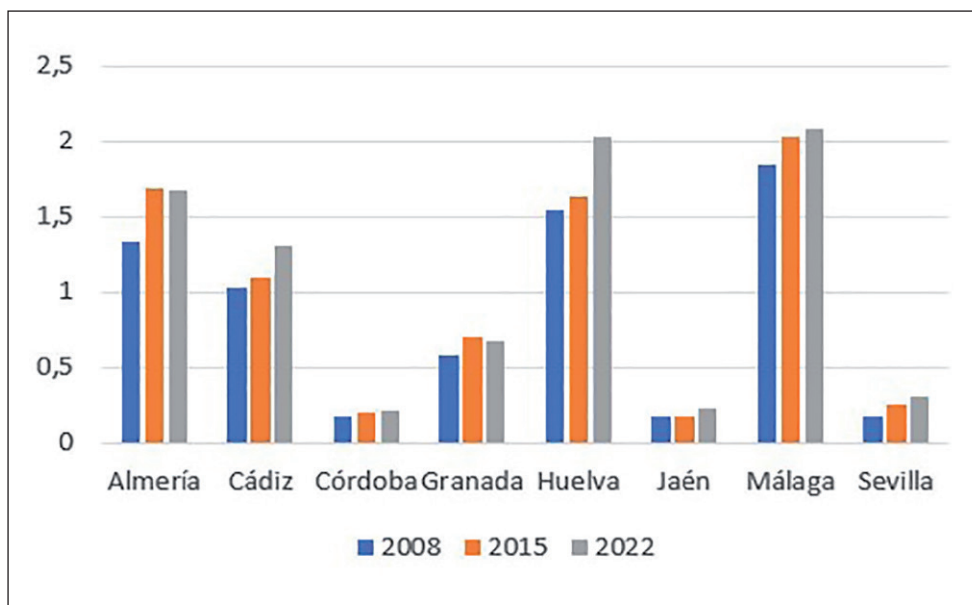
**Figura 15.** Distribución (%) de la procedencia de los viajeros de origen extranjero (por grupos mayoritarios) en los años 2015, 2017, 2019 y 2022\*. \*En este caso se han podido aportar datos de 2022 porque el informe del SAETA sí desglosa la procedencia por países. Fuente: SAETA (*Informes de Demanda*) y *Encuesta de Ocupación Hotelera*. Elaboración propia.



### 3.2.3. Desequilibrios en la presión de la demanda: la densidad turística

La densidad turística, entendida como el número de pernoctaciones por residente, se configura como una variable de especial interés para determinar, más allá del peso total de la demanda, la presión territorial ejercida por ella, principalmente desde una perspectiva socioeconómica (López-Palomeque & Serrano-Miracle, 2016). Su consideración permitirá observar las disparidades existentes entre distintos ámbitos de Andalucía a través de un análisis a escala provincial y municipal.

El examen provincial (figura 16) permite constatar nuevamente una acusada divergencia entre zonas costeras, donde la presión es mayor, e interiores. En las primeras, la densidad resulta siempre superior a 1, con la sola excepción de Granada, por la menor extensión de su litoral; sin embargo, en las tres provincias interiores es mucho más baja, inferior a 0,5. Además, la presión ha resultado creciente durante el periodo analizado, con especial incidencia precisamente en las provincias costeras, algunas de las cuales se han acercado o incluso superado el umbral de las 2 pernoctaciones por residente, destacando las mayores tasas en litorales tradicionalmente menos turistizados como Cádiz y Huelva.



**Figura 16.** Densidad turística por provincias: años 2008, 2015 y 2022. Los datos de refieren al mes de julio. Fuente: *Encuestas de Ocupación* (INE) y *Padrón de Población por provincias* (INE). Elaboración propia.

Esta visión general puede nuevamente acompañarse por un análisis a escala local. Ante la imposibilidad de considerar todos los municipios por la ausencia de datos completos de pernoctaciones, se han seleccionado los *puntos turísticos* de Andalucía que el INE incluye en sus estadísticas. Debe aclararse que las cifras se limitan a los establecimientos hoteleros, única tipología para la que dicho organismo aporta información. Aun teniendo en cuenta esta limitación, se obtienen conclusiones interesantes.

De manera general, la densidad media de los destinos analizados resultaba muy similar en 2008 y 2015 (3,78 y 3,81 respectivamente), mientras que se redujo algo en 2022 (3,58). Ello contrasta con el crecimiento provincial, lo que cabe asociar a dos posibles factores: el no considerar a escala municipal todas las *Encuestas de Ocupación* del INE (tan solo la hotelera); pero, también, el incremento reciente de la densidad en destinos municipales no tradicionales y, por ello, no recogidos por el INE, lo que a su vez evidenciaría la creciente diversificación territorial del turismo en la región.

**Tabla 1.** Densidad turística en varios destinos municipales especialmente destacados: años 2008, 2015 y 2022.

	2008	2015	2022
Almería	0,49	0,7	0,63
Mojácar	25,22	29,52	25,88
Roquetas de Mar	5,02	5,03	4,52
Arcos de la Frontera	0,4	0,24	0,26
Cádiz	s.d.	0,57	0,65
Jerez	0,34	0,42	0,41
El Puerto de Santa María	0,84	0,76	0,82
Tarifa	3,93	3,21	4,12
Córdoba	0,4	0,52	0,47
Granada	1,05	1,26	1,2
Cazorla	0,98	0,94	1,17
Benalmádena	7,86	5,62	5,66
Estepona	2,65	3,17	2,84
Fuengirola	4,08	4,08	3,54
Málaga	0,3	0,46	0,54
Marbella	3,02	3,11	2,35
Nerja	5,01	5,43	4,68
Ronda	0,76	1,09	1,31
Torremolinos	9,01	9,42	9,81
Sevilla	0,48	0,65	0,77

\* Los datos de pernoctación manejados refieren a los meses de mayor afluencia: agosto en el caso de los destinos de litoral, y mayo en los destinos de interior.

Fuente: *EOH por puntos turísticos* (INE) y *Padrón de Población por municipios* (INE). Elaboración propia.

El estudio detallado de los puntos turísticos (tabla 1) ratifica lo señalado, siendo de interés varios aspectos: los datos considerablemente más elevados en los destinos costeros respecto del resto; los incrementos de la mayoría de los de interior (urbanos y rurales); y, paradójicamente, los descensos registrados en la mayor parte de los destinos litorales, especialmente en los más tradicionales, como la costa malagueña y, en menor medida, la almeriense.

Esta dinámica en la costa puede relacionarse con los recientes incrementos poblacionales (figura 6), pero no considerar las pernoctaciones en alojamientos extra hoteleros (como se señaló con anterioridad y ratifican los datos provinciales expuestos) parece ser el factor clave. A este respecto, la inexistencia en las fuentes oficiales de datos municipales sobre pernoctaciones en varias tipologías alojativas (principalmente las VFT) resulta una carencia fundamental, que impide conocer exactamente la densidad turística y su impacto. Qué duda cabe a este respecto que, más allá de lo que reflejan las cifras, la realidad parece ser otra, de mayor impacto y, muy probablemente, de incremento de la densidad, tanto en destinos tradicionales como en otros de desarrollo más reciente, como muestran los indicadores previamente utilizados de oferta y demanda.



### 3.2.4. Hábitos de consumo turístico: menos estancia y más gasto medio

El análisis de la demanda turística se completa con el tratamiento de dos indicadores representativos del comportamiento de los usuarios: la estancia media y el gasto diario. La primera expresa bien la permanencia de los usuarios en el territorio, así como su capacidad de facilitarla, mientras que el segundo deja ver la disposición a pagar del turista y resulta un indicador muy expresivo de la proyección económica de la actividad.

Respecto a la estancia media, la evolución registrada exhibe un descenso claro (figura 17). Aunque es cierto que la pandemia acentuó la caída, también lo es que esta comenzó en 2012 y se mantuvo durante todos los años pre-COVID, prolongándose también en el post-COVID, para llegar en 2022 al mínimo de la serie temporal considerada, con 6,4 días. Es posible afirmar, pues, que, con la salvedad de los años más afectados por la pandemia, cada vez acuden más turistas a Andalucía, pero permanecen menos tiempo.

En todo caso, las líneas evolutivas por procedencia reflejan que la situación no es homogénea para todos los usuarios. La estancia media es mayor según origen, es decir, los turistas internacionales permanecen más tiempo, particularmente los extracomunitarios, de procedencia más lejana. Precisamente estos son los que experimentan una mejor evolución, con un mantenimiento o incluso incremento de la estancia, hasta los años posteriores al COVID-19, cuando comienza a producirse un claro descenso. En las restantes procedencias, la tendencia regresiva sí se ha hecho patente con mayor continuidad temporal, registrándose desde 2010 en los turistas de la UE y algo más tardía (desde 2012-2013) en los españoles. La irrupción de la pandemia supuso en todas las ocasiones un repunte positivo en la estancia (lo que se asoció a la menor movilidad en tiempos de incertidumbre); sin embargo, no fue sino el prelude de un descenso aún más acusado después de 2020.

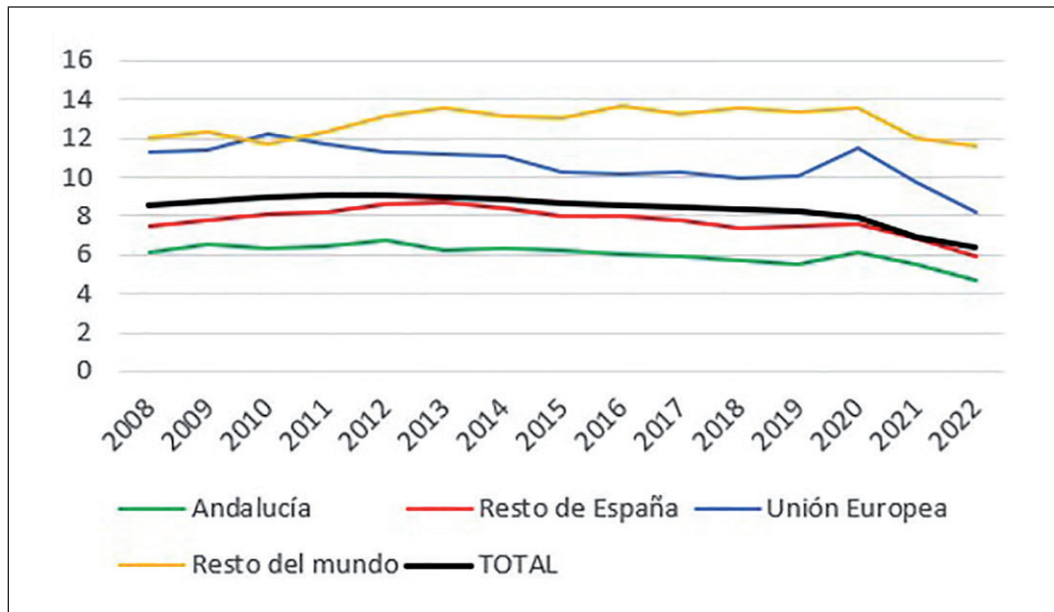
No resulta fácil señalar las causas específicas de esa reducción. El carácter marcadamente cuantitativo (sin apenas aportación de explicaciones) de las fuentes oficiales dificulta la tarea, pero los *Informes de Demanda Turística* del SAETA según tipologías, publicados desde 2015 –aunque con discontinuidades temporales y aún no disponibles para 2022 (figura 18)– ofrecen algunas claves.

Así, se perciben importantes diferencias entre tipologías, destacando la menor estancia en modalidades de turismo de interior (incluyendo el rural y de naturaleza) frente al litoral (principalmente de sol y playa) o a otras formas muy especializadas y que conllevan una importante permanencia (como el turismo de golf). Un aspecto destacado es el importante descenso en el turismo de costa (como se ha venido destacando, principal espacio de concentración de la oferta y la demanda), que podría relacionarse con dos factores señalados para otros contextos territoriales similares (Baños-Castiñeira, 2016): una mayor diversidad de motivaciones de los visitantes (incluyendo modalidades turísticas más flexibles y menos consuntivas de tiempo (como las de carácter patrimonial, el turismo MICE o el de salud, entre otras) y una mayor compartimentación temporal de las prácticas de sol y playa, asociada a la desestacionalización. Por su parte, en espacios de interior la estancia también presenta una tendencia descendente, aunque no tan acusada como en el litoral. La general vinculación de este tipo de ámbitos a experiencias de corta duración resulta fundamental a este respecto, si bien en el caso andaluz parece evidente que estos territorios, muchos con extraordinaria capacidad de atracción, no muestran la misma aptitud para desarrollar estrategias que logren una mayor permanencia de los turistas, particularmente en las áreas urbanas.

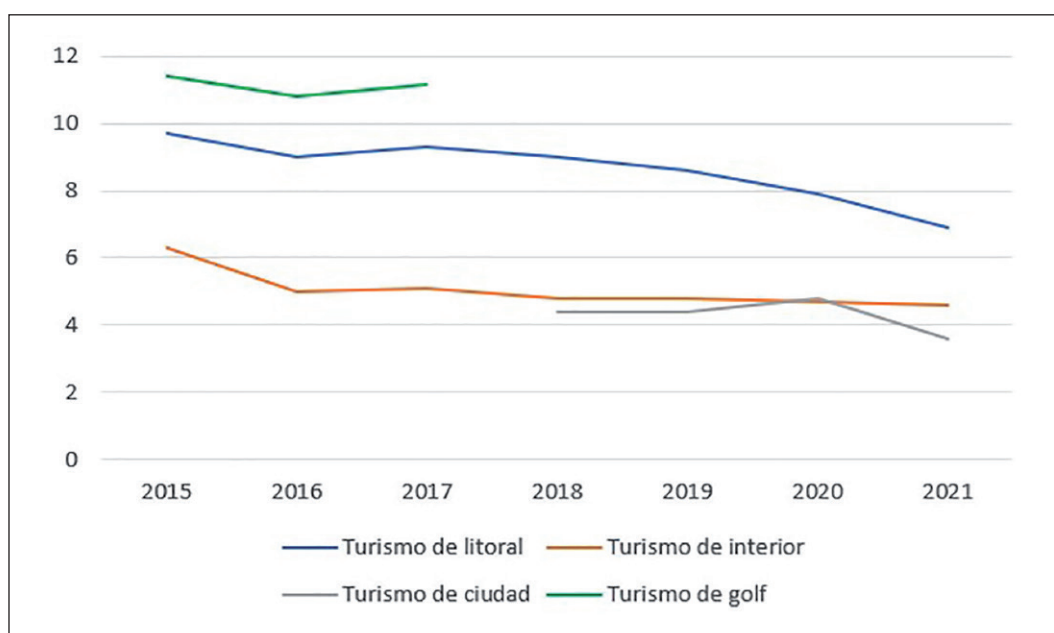
La realidad expuesta respecto de la estancia contrasta sobremanera con la segunda variable, el gasto medio diario. En efecto, este indicador refleja un incremento bastante continuado durante el periodo de estudio, desde 58,7 a 72,5€, lo que supone un aumento del 23,5% (figura 19). Además, el ritmo positivo registrado antes de 2020 se ha intensificado tras la caída en dicho año como resultado del COVID, lo que, como se ha anticipado, supone una divergencia radical frente a la estancia. Atendiendo a las procedencias, no se detectan grandes disparidades, pero sí se observa que el desembolso medio resulta superior en los turistas internacionales, sobre todo en los de origen extracomunitario. Respecto a ellos, quizá el aspecto más significativo radique en el importante incremento del gasto en el post-COVID, lo que se explica en alguna medida por la inflación que caracteriza estos años, pero también por el hecho de tratarse, por lo general, de un viajero con importante poder adquisitivo; la mayor ralentización reciente en el caso de los turistas nacionales así parece ratificarlo.



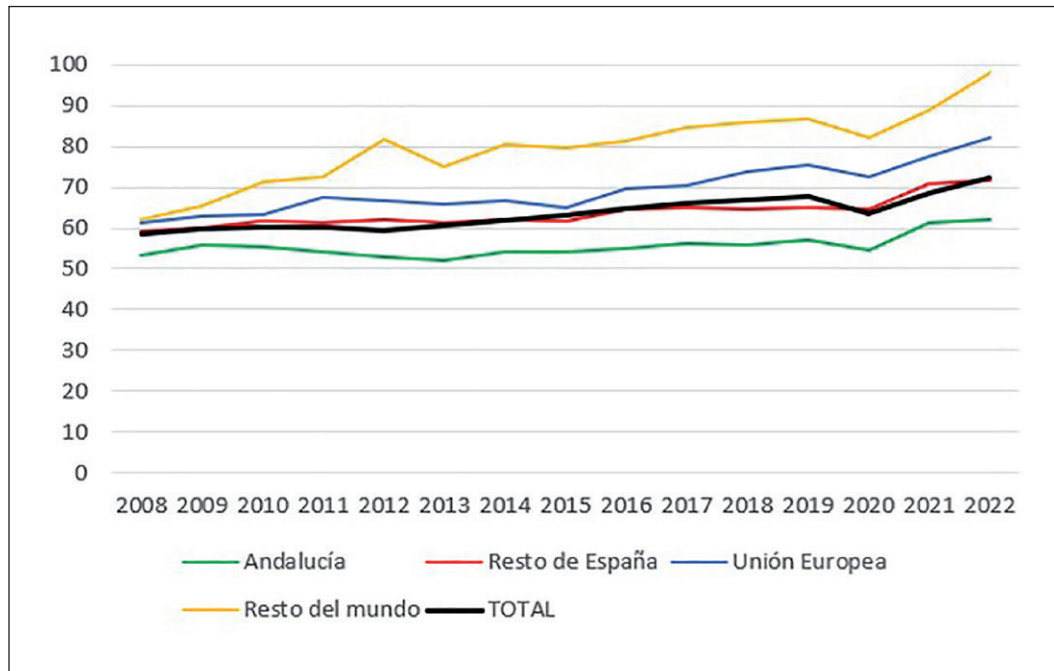
En cuanto a la distribución por tipologías turísticas (figura 20), los fragmentarios datos aportados por el SAETA dejan ver dos realidades básicas. Por una parte, una distribución desigual, destacando el gasto muy superior en el turismo de golf –lo que denota el gran interés de esta modalidad–, pese a la general tendencia regresiva, de la que, por falta de información, desconocemos si tuvo continuidad posterior y que, no obstante, podría vincularse con un mantenimiento o incluso incremento de la estancia media (figura 18). En consonancia con ello, para todas las tipologías consideradas puede verse una correlación entre el descenso de la estancia media y el incremento del gasto per cápita, lo cual es fiel reflejo de una nueva forma de hacer turismo, ya atisbada en la prepandemia y que parece consolidarse después.



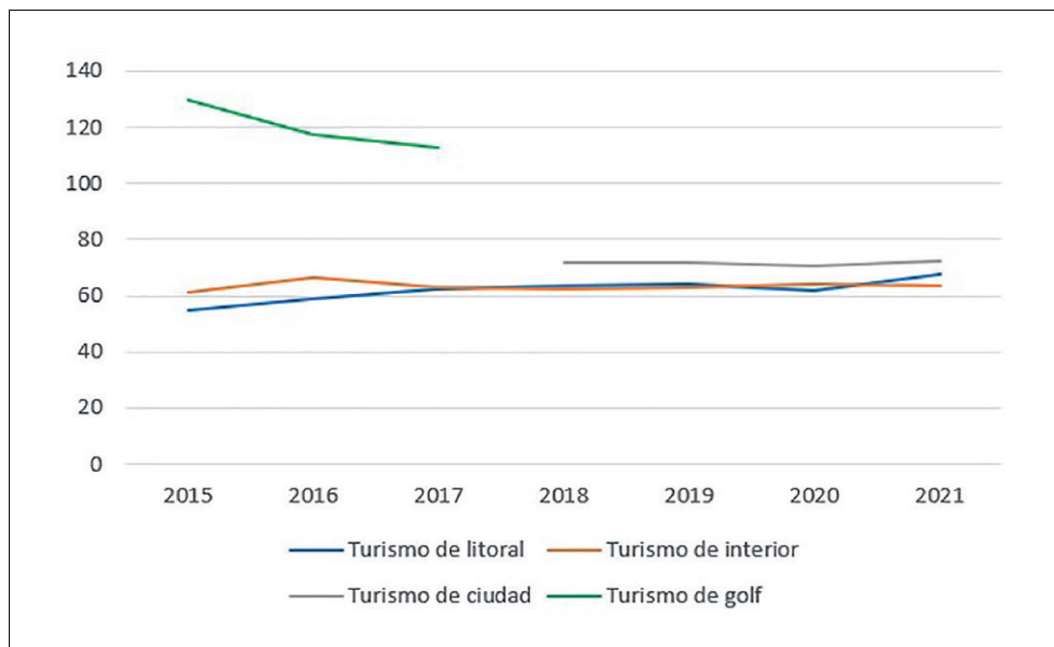
**Figura 17.** Evolución de la estancia media en Andalucía según procedencia durante el periodo 2008-2022. Fuente: ECTA, a partir de datos de las *Encuestas de Ocupación* (INE). Elaboración propia.



**Figura 18.** Evolución de la estancia media en Andalucía por grandes segmentos turísticos durante el periodo 2015-2021. Fuente: SAETA (sección *Segmentos turísticos*). Elaboración propia.



**Figura 19.** Evolución del gasto medio diario por persona (€) en Andalucía según procedencia durante el periodo 2008-2022. Fuente: ECTA, a partir de datos de Egatur (INE). Elaboración propia.



**Figura 20.** Evolución del gasto medio diario por persona (€) en Andalucía por grandes segmentos turísticos durante el periodo 2015-2021. Fuente: SAETA (sección Segmentos turísticos). Elaboración propia.





#### 4. DISCUSIÓN

Se considera desde la autoría que el trabajo desarrollado constituye una aportación novedosa y necesaria desde dos puntos de vista: epistemológico-metodológico, por una parte, y respecto del análisis específico del turismo en Andalucía, por otra.

Desde una perspectiva genérica, el interés del artículo se sustenta principalmente en aspectos epistemológicos y metodológicos. En este sentido, se ha apostado decididamente por el manejo de las variables clásicas de oferta y demanda, en consonancia con lo observado en diferentes aportaciones recientes de la geografía turística española (AECIT, varios años; López-Palomeque, et al., 2022; Ríos-Rodríguez et al., 2022). Pero, sobre esta base, también se ha incorporado una reflexión profunda acerca del carácter, utilidad y representatividad de las variables, que subyace en todo el texto.

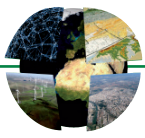
La consideración de lo alojativo como vector clave procede de su tradicional identificación como *oferta básica*, en gran medida herencia del modelo de sol y playa, frente a lo que se ha considerado como *oferta complementaria*, centrada en aquellos elementos que generan alternativas y experiencias sobre el terreno (Vera-Rebollo, 1994; Baños-Castiñeira, 1998). Pese a que, en un sentido estricto, lo que tradicionalmente se ha entendido como oferta complementaria constituye hoy lo esencial de muchas prácticas turísticas –lo que podría identificarla con una oferta básica o, al menos, llevar a matizar o suprimir dicha distinción (Vera-Rebollo, 2011)–, lo cierto es que su diversidad y heterogeneidad (también la de su demanda), así como la ausencia de estadísticas completas y homogéneas dificultan sobremanera su análisis, al menos a escala nacional o regional, como es el caso de este estudio.

Por ello, y por la mayor disponibilidad de datos reglados, se ha optado por tratar la oferta alojativa y su demanda, aplicando un método analítico que, creemos, supone un avance sobre aportaciones previas de la geografía turística española. Hay en ella trabajos centrados exclusivamente en la variable oferta y, más en particular, en la hotelera –tradicionalmente dominante en el alojamiento español– (Garrigós-Simón & Narangajavana, 2002); y también otros que, aun ampliando la perspectiva a distintas tipologías alojativas y a la demanda, no han proporcionado un juicio crítico suficiente respecto a las fuentes. Por ejemplo, en la monografía recientemente publicada sobre el turismo en España (López-Palomeque et al, 2022) se manejan las fuentes esenciales de escala nacional (Frontur –pese a sus limitaciones señaladas en el apartado de Metodología– y Encuestas de ocupación del INE), añadiendo, para las viviendas turísticas, el tratamiento de una nueva, la *Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad* ([https://www.ine.es/experimental/viv\\_turistica/experimental\\_viv\\_turistica.htm](https://www.ine.es/experimental/viv_turistica/experimental_viv_turistica.htm)), desechada sin embargo de este estudio por su carácter todavía experimental y no oficial. Por su parte, Ríos-Rodríguez et al. (2022) sí incorporan una selección específica de las variables utilizadas, pero sin un análisis y diagnóstico de su alcance y limitaciones.

A este respecto, el trabajo ahora presentado ofrece una propuesta de indicadores que ha pretendido ser rigurosa y sistemática y que, aunque solo aplicada a Andalucía, aspira a ser extrapolable a otros contextos geográficos. La reflexión crítica se ha focalizado en las fuentes cuantitativas disponibles, donde, entre otras, la falta del suficiente grado de desglose territorial en numerosas estadísticas de oferta y demanda, o la inexistencia de datos de afluencia respecto de las nuevas tipologías alojativas (fundamentalmente las viviendas turísticas) constituyen limitaciones esenciales que se han remarcado y que justifican nuestra propuesta metodológica. Tales condicionantes se han hecho notar en pro de su deseable consideración por parte de los organismos oficiales, tanto nacionales como regionales.

En cuanto al abordaje específico de la realidad turística andaluza, la segunda gran dimensión de este artículo debe destacarse la contribución que supone un estudio actualizado para el conjunto de la región, a tenor de la relativa antigüedad de otros de un carácter similar.

Las aportaciones pioneras en este sentido resultaron de gran interés, por su sistematicidad –destacando al respecto las de Marchena-Gómez (1994) y Pellejero-Martínez (2006), sustentadas ambas en un análisis clásico oferta-demanda–; y también por proporcionar las primeras magnitudes del turismo andaluz, obtenidas del INE y de datos internos –no publicados en aquel entonces– de la Junta de Andalucía, como se reconocía expresamente en algunos de los trabajos (Marchena-Gómez, 1984; 1987). Pese a las lógicas carencias, estos permitieron un conocimiento bastante aproximado de la dinámica turística regional durante



su etapa de desarrollo en el siglo pasado, destacando el gran crecimiento de la actividad hasta los años 80, su relativa crisis y estancamiento durante los 90, y las perspectivas de un nuevo ciclo expansivo en los primeros años del siglo XXI. Las investigaciones posteriores (Fernández-Tabales, 2003; Fernández-Tabales & Mendoza-Bonet, 2007) ratificaron esa nueva fase creciente, concretada en un considerable incremento de la oferta alojativa y acompañada de un proceso de progresiva diversificación territorial, frente a la tradicional polarización en el litoral.

No obstante, la falta de tratamiento de la variable demanda en estas dos últimas aportaciones –lo que, de alguna manera, limitaba el alcance de sus conclusiones–, así como la inexistencia de nuevas publicaciones desde entonces justifican plenamente el interés y pertinencia de este artículo, que, desde el enfoque ya expuesto, pretende seguir la estela de esos estudios previos.

Debe aclararse, finalmente que, además de la ya referida complejidad en el manejo de las fuentes, el planteamiento del trabajo ha imposibilitado la consideración de una base geográfica más detallada (concretada en tipos de espacios y destinos turísticos específicos dentro del territorio andaluz), cuyo tratamiento queda pendiente para aportaciones posteriores, que ya contarán con el marco aquí proporcionado.

## 5. CONCLUSIONES

La investigación realizada, con perspectiva regional y especificaciones a escala provincial y municipal cuando las fuentes lo han posibilitado, ha permitido un análisis y diagnóstico de alto interés desde la perspectiva del enfoque territorial-turístico, con importantes resultados y conclusiones, que pueden sintetizarse en las siguientes:

- a) Consolidación y reforzamiento de Andalucía como espacio turístico de gran relevancia durante el periodo objeto de estudio (2008-2022).
- b) En cuanto a la oferta, la región presenta un importante peso cuantitativo (en términos absolutos y en el conjunto nacional), si bien su valor relativo (relación de la oferta con su población) evidencia que su especialización no es excesiva, situándose en una posición intermedia en España, aunque con claras disparidades intrarregionales.
- c) El significativo crecimiento de la oferta alojativa, ni siquiera alterado por la pandemia, se explica en gran medida por la irrupción desde 2016 de las nuevas tipologías alojativas de viviendas turísticas (VFT y VTAR), muy particularmente de las primeras que, desde 2018, han superado ampliamente en número de plazas a los establecimientos hoteleros, hasta entonces muy dominantes. La falta de información sobre ellas en las estadísticas del INE (tan sorprendente como cuestionable) imposibilita una comparativa fiable de Andalucía con el resto de las CC.AA.
- d) El peso de la oferta resulta muy desigual, estando muy concentrada en el litoral (donde destaca sobremanera Málaga, aunque con una importancia cada vez mayor de otros sectores costeros) y una serie de ámbitos de interior, principalmente de carácter urbano. Frente a ello, buena parte del territorio cuenta con una oferta alojativa de escaso volumen. Esta realidad, claramente dual, no se ha visto minimizada con el tiempo, antes bien, se ha mantenido o incluso acentuado.
- e) En el caso de la demanda, también se ha registrado un incremento constante y progresivo, tras el relativo descenso derivado de la crisis financiera de 2008. Este aumento experimenta, además, una intensificación particularmente notoria tras la pandemia, lo que parece apuntar al inicio de un ciclo expansivo (que habrá que verificar en estudios posteriores), que incluye tanto a los turistas españoles (que han alcanzado su máximo histórico en 2022) como a los extranjeros (que también muestran una recuperación post-COVID muy importante, aunque algo más lenta).
- f) En relación con lo anterior, la densidad turística refleja un incremento general, resultado de una creciente presión de la demanda. Sin embargo, se ha destacado la imposibilidad de un conocimiento verdaderamente detallado de esta variable, a tenor de la casi total ausencia de datos de pernoctaciones a escala local para todas las tipologías alojativas, salvo la hotelera.



- g) El nuevo ciclo expansivo que parece advertirse se acompaña de otros factores de singularidad, como la diversificación de la afluencia (en términos de procedencia y de destinos), el incremento del gasto diario y el paralelo descenso de la estancia media. Los turistas acuden más a Andalucía, gastan más, pero permanecen cada vez menos tiempo en sus visitas. Ello se asocia a nuevas prácticas de turismo más flexibles, pero resultaría esencial poder determinar la influencia específica de la realidad territorial y, al mismo tiempo, el impacto sobre ella y las posibles estrategias a implementar (diversificación y adaptación de la oferta, combinación de tipologías turísticas, mayor conectividad entre destinos próximos entre sí, etc.).

A propósito de esto último, no debemos finalizar sin destacar la necesidad de abordar estudios más pormenorizados, tanto en lo escalar como en lo temático, que permitan profundizar en muchas de las situaciones constatadas. Aspectos como el referido descenso de la estancia media, las disparidades y desequilibrios existentes en la oferta alojativa (con la consiguiente necesidad de un mejor reparto territorial de la actividad), o la cuestión de las nuevas tipologías alojativas y su proyección espacial se conforman, entre otros, como aspectos de gran interés. Pero también hay otras realidades muy relevantes que, aunque no han sido directamente tratadas en este artículo, deben ser analizadas para complementar el panorama aquí ofrecido; entre ellas, la cuestión del alojamiento no reglado, la oferta y demanda no alojativas, y la ordenación y planificación del espacio turístico andaluz.

## Agradecimientos

Los/as autores/as agradecen a Ester Ruiz (Área de Estadística e Investigación de Mercado, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Consejería de Turismo, Cultura y Deporte) la aportación de valiosa información estadística necesaria para la realización de este trabajo. Asimismo, se agradecen los comentarios de los dos revisores anónimos, que con sus sugerencias contribuyeron a la mejora del contenido del artículo.

## Declaración responsable y participación de los autores

Los/as autores/as declaran que no existe ningún conflicto de interés con relación a la publicación de este artículo.

El primer autor se encargó del planteamiento general del artículo, el tratamiento de información estadística, la recopilación bibliográfica y la redacción. La segunda autora se ocupó de la recopilación de la información estadística, colaborando asimismo en el desarrollo metodológico y la redacción. El tercer autor contribuyó también al tratamiento estadístico y fue el encargado de la elaboración de la cartografía. La cuarta autora asumió gran parte del manejo bibliográfico, contribuyendo así al soporte conceptual del trabajo, además de contribuir a la revisión global del texto y la mejora de su redacción.

## REFERENCIAS

- AECIT (varios años). *La actividad turística española*. AECIT.
- Baños-Castiñeira, C.J. (1998). La oferta turística complementaria en los destinos turísticos alicantinos: implicaciones territoriales y opciones de diversificación. *Investigaciones Geográficas*, (19), 85-104. <https://doi.org/10.14198/INGEO1998.19.01>
- Baños-Castiñeira, C.J. (2016). El turismo de sol y playa en una nueva etapa. *Canelobre*, (66), 269-277. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/92534/1/2016\\_Banos\\_Canelobre.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/92534/1/2016_Banos_Canelobre.pdf)



- Fernández-Güell, J.M. (1989). El turismo como sistema funcional. *Estudios Turísticos*, (101), 71-84. [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/43680.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/43680.pdf)
- Fernández-Tabales, A. (2003). Actividades y espacios turísticos. In A. López-Ontiveros (Coord.), *Geografía de Andalucía* (pp. 723-749). Ariel.
- Fernández-Tabales, A., & Mendoza-Bonet, A. (2007). La actividad turística en el territorio andaluz: establecimiento de indicadores, evolución y distribución de los mismos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (44), 117-146. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/612>
- Garrigós-Simón, F., & Narangajavana, Y. (2002). La demanda hotelera en España: Estudio retrospectivo de la década 1990-2000. *Cuadernos de Turismo*, (10), 137-154. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/21821>
- Hernández-Rojas, R.D. (2018). El turismo gastronómico en Andalucía: factores de análisis. *Espacios*, 39(22). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/18392215.html>
- IGN (2019). *Atlas Nacional de España (ANE). España en mapas. Una síntesis geográfica (sección Turismo)*. Instituto Geográfico Nacional (IGN). <http://atlasnacional.ign.es/wane/Turismo>
- López-Palomeque, F., & Serrano-Miracle, D. (2016). La planificación del turismo en áreas urbanas y metropolitanas. In M. Simancas-Cruz (Coord.), *La planificación y gestión territorial del turismo* (pp. 2015-227). Síntesis.
- López-Palomeque, F., Vera-Rebollo, J.F., Torres-Delgado, A., & Ivars-Baidal, J. (2022). *El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario*. Universidad de Valencia. <https://doi.org/10.7203/PUV-OA-863-4>
- Marchena-Gómez, M. (1984). Una aportación al conocimiento del hecho turístico en Andalucía. *Estudios Turísticos*, (82), 15-24. [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/42267.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42267.pdf)
- Marchena-Gómez, M. (1987). *Territorio y turismo en Andalucía: análisis a diferentes escalas espaciales*. Junta de Andalucía, Consejería de Economía y Fomento.
- Marchena-Gómez, M. (1994). Sobre política regional del turismo en Andalucía. In F. Fourneau, & A. García-Lorca (Coord.), *Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía: actas del simposio hispano-francés* (pp. 339-382). Instituto de Estudios Almerienses. <https://www.casadevelazquez.org/publications/librairie-en-ligne/livre/desarrollo-regional-y-crisis-del-turismo-en-andalucia/>
- Navarro-Jurado, E., & Guevara-Plaza, A. (Dir.) (2020). *Análisis de las Viviendas con Fines Turísticos en Andalucía*. Junta de Andalucía-Universidad de Málaga. [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/VFT\\_JuntaAndalucia\\_marzo\\_2020.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/VFT_JuntaAndalucia_marzo_2020.pdf)
- Pellejero-Martínez, C. (2006). *Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía: siglo XX*. Instituto de Estadística de Andalucía. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/historicas/turismo/ehiturismo.pdf>
- Pitarch-Garrido, M.D., González-Cruz, T., & Hermosilla-Pla, J. (Coord.) (2017). *Las claves del turismo en la Comunitat Valenciana. Orientaciones para la toma de decisiones*. Tirant lo Blanch.
- Pons-Esteva, A., & Rullán-Salamanca, O. (2020). La isleidad como condicionante de la producción del espacio turístico en las Islas Baleares. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (84). <https://doi.org/10.21138/bage.2804>
- Ríos-Rodríguez, N., Nieto-Masot, A., & Cárdenas-Alonso, G. (2022). Los efectos de la COVID-19 en el sector turístico de las Comunidades Autónomas españolas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (94), 1-36. <https://doi.org/10.21138/bage.3279>
- Rivera-Mateos, M. (2010). *Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía*. Consejería de Turismo y Deportes. <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/37957.pdf>
- Sánchez-Sánchez, F.J., & Sánchez-Sánchez, A.M. (2022). El valor de la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía para el sector turístico: ¿un reto para el desarrollo territorial rural? *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (94). <https://doi.org/10.21138/bage.3298>
- Vera-Rebollo, J.F. (1994). El modelo turístico del Mediterráneo español: agotamiento y estrategias de reestructuración. *Papers de Turisme*, (14-15), 133-147. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/20463>
- Vera-Rebollo, J.F. (Coord.) (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant lo Blanch.
- Villar-Lama, A. (2011). Territorio, turismo y paisaje: el proceso de urbanización en el litoral de Andalucía: el papel de los campos de golf. [Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/43039>
- Yagüe-Perales, R. (2002). Reflexiones sobre el desarrollo del turismo rural en España. *Economistas*, (92), 77-83. <https://privado.cemad.es/revistas/online/Revistas/0092.pdf/110>