

Análisis comparativo de la estacionalidad turística en dos destinos fronterizos: Algarve (Portugal) - Huelva (España)

Comparative analysis of tourist seasonality in two border destinations: Algarve (Portugal) - Huelva (Spain)

José María Martín-Martín¹

Paula Serdeira-Azevedo²

Rosa María Puertas-Medina³

José Manuel Guaita-Martínez⁴

¹ Universidad de Granada

² CiTUR – Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo, ESGHT – Universidade do Algarve, Faro, Portugal

³ Department of Economics and Social Sciences, Universitat Politècnica de València, Valencia, Spain

⁴ Department of Economics and Social Sciences, Universitat Politècnica de València, Valencia, Spain

Resumen

La estacionalidad es una lacra del sector turístico que impide el desarrollo sostenible de los servicios ofrecidos. En esta investigación se analiza la situación de dos regiones a priori con características turísticas similares y separadas por una frontera, Algarve y Huelva. El objetivo consiste en analizar los diferentes niveles de estacionalidad, tomando como referencia un recurso base homogéneo (clima y playas). La temporalidad del estudio se ha limitado a los últimos 5 años anteriores a la pandemia (2015-2019), con objeto de evitar que acontecimientos aislados pudieran desvirtuar los resultados. En primer lugar, se propone calcular la concentración anual en términos de pernoctaciones y de viajeros durante el

periodo de análisis, utilizando para ello el Índice de Gini. En segundo lugar, se investiga la relación causal entre estos índices y la tasa de ocupación, así como las plazas hoteleras. Los resultados revelan que en ambas regiones la estacionalidad del turismo nacional es mayor al extranjero, siendo esta diferencia más acusada en el Algarve. Además, se verifica que existe una relación inversa entre los Índices de Gini calculados, la tasa de ocupación y las plazas hoteleras, mostrando un mayor impacto la concentración sobre estas últimas. En tanto que se parte de un destino homogéneo, se propone actuar tomando como referencia las políticas anti-estacionalidad que han mitigado el problema en el destino con mejor desempeño, tanto en el mercado nacional como extranjero.

Palabras clave: estacionalidad, efecto frontera, Portugal, España, turismo sol y playa.

Abstract

Seasonality is a big problem in the tourism sector that prevents the sustainable development of the services offered. This research analyzes the situation of two regions a priori with similar tourist characteristics and separated by a border, Algarve and Huelva. The objective is to analyze the different levels of seasonality, taking as a reference a homogeneous resource base (climate and beaches). The temporality of the study has been limited to the last 5 years prior to the pandemic (2015-2019), in order to prevent isolated events from distorting the results. First, it is proposed to calculate the annual concentration in terms of overnight stays and travelers during the analysis period, using the Gini Index for this. Second, the causal relationship between these indices and the occupancy rate, as well as hotel beds, is investigated. The results reveal that in both regions the seasonality of national tourism is greater than abroad, this difference being more pronounced in the Algarve. In addition, it is verified that there is an inverse relationship between the calculated Gini Indexes, the occupancy rate and hotel beds, showing a greater impact of concentration on the latter. As part of a homogeneous destination, it is proposed to act taking as a reference the anti-seasonality policies that have mitigated the problem in the destination with the best performance, both in the domestic and foreign markets.

Key words: seasonality, border effect, Portugal, Spain, sun and beach tourism.

1 Introducción

El turismo es una industria de gran potencia económica y en condiciones -geopolíticas y sanitarias normales- en plena expansión. Tomando como referencia un periodo extenso, se constata como desde 1950 la actividad turística ha crecido como media un 6% anual (Eriksen, 2016). El turismo es responsable de la mitad del comercio internacional de servicios (Eilat & Einav, 2004), aporta directa o indirectamente uno de cada diez empleos a nivel mundial y el 10,3% del PIB (WTTC, 2020). En este contexto, dentro de la Unión Europea el turismo ha sido una de las principales estrategias de desarrollo para numerosas regiones y una gran fuente de creación de empleo (Salinas et al., 2020; Guaita et al., 2021). En la UE las fronteras han pasado a ser elementos simbólicos, en lo que respecta a movilidad y comercio (Więckowski, 2010). De ahí que resulte interesante investigar la capacidad de las fronteras para, partiendo de un producto turístico similar, generar un modelo de aprovechamiento diferenciado.

En concreto este estudio se centra en el análisis de la estacionalidad turística a ambos lados de la frontera española-portuguesa, en concreto en la región sur (Algarve-Huelva). La estacionalidad turística es uno de los principales males de la actividad turística, pues afecta a la sostenibilidad social, económica y ambiental de los destinos (Martín & Guaita, 2020). Este fenómeno se define como la desigual distribución de los flujos de demanda turística a lo largo del año (Butler, 1994). A través del análisis que se propone, se contribuye a la literatura sobre estacionalidad turística, pues este fenómeno aun habiendo sido ampliamente estudiado, es poco comprendido (Higham & Hinch, 2002) y menos aún, tenido en cuenta a la hora de elaborar políticas de innovación en el sector turístico. En concreto se presenta una aportación que vincula la estacionalidad turística con el llamado efecto frontera. Este fenómeno implica el hecho de que a ambos lados de una frontera se constaten mayores diferencias o menores flujos, de los que pudieran esperarse entre regiones limítrofes de un mismo país (Sofield, 2006). El efecto frontera en el turismo está escasamente estudiado, además ha recibido muy poca atención dentro en su análisis aplicado a áreas integradas económicamente, como la UE. Un ejemplo de estudio aplicado, sería el propuesto por Timothy & Tosun (2003), quienes analizaron los flujos turísticos en la frontera de EE.UU y Canadá.

El análisis propuesto en este trabajo toma como base las llegadas de viajeros y las pernoctaciones asociadas a los mismos, desarrolladas mensualmente en cada uno de los destinos analizados, Costa del Algarve (Portugal) y Costa de Huelva (España). Siguiendo la literatura académica sobre estacionalidad turística, se ha tomado como herramienta de cuantificación de la intensidad de la estacionalidad el Índice de Gini (IG), pues representa la opción de análisis más extendida académicamente para este tipo de análisis (Lundtorp, 2001; Roselló et al., 2004). El objetivo del trabajo se centra en responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Existen cambios en los patrones estacionales entre dos destinos cuyo producto turístico es homogéneo, pero está separados por una frontera administrativa? O de forma más específica, se busca señalar si hay un nivel de estacionalidad diferente en un destino homogéneo, pero dividido en dos por una frontera artificial. Se ha tomado como referencia el periodo 2015-2019, pues se entiende que resulta homogéneo para su comparación. En este periodo no se han constatado hechos destacables que pudieran alterar los flujos turísticos en ninguno de los dos ámbitos analizados.

2 Estacionalidad turística y flujos internacionales

Resulta interesante reflexionar, con la literatura académica como referencia, sobre los factores explicativos de la estacionalidad turística y con ello indagar en las causas de las diferentes intensidades de la estacionalidad registrada en un mismo producto turístico localizado a ambos lados de una frontera. Son muchas las clasificaciones que se han propuesto sobre los factores responsables del grado de la estacionalidad turística. Estos factores pueden relacionarse con condiciones particulares de cada destino o con pautas generales que afectarían a cualquier territorio (Martín et al., 2014). Desde el punto de vista de la demanda, es posible clasificar los factores responsables de la estacionalidad en: factores ambientales, impacto del calendario (vacaciones escolares y profesionales, periodos fiscales, pagas extraordinarias), el efecto de los grandes eventos celebrados en los destinos, la inercia, la presión social y las propias restricciones a viajar (Butler, 1994, Hylleberg, 1992). Los factores particulares están más ligados a las características de cada destino, y se asocian más a la oferta presente en el mismo. Entre ellos destacan las condiciones climáticas de cada zona, los recursos naturales/artificiales y su capacidad para ser aprovechados a lo

largo del año, la conexión y accesibilidad a los mercados de origen, la orientación y heterogeneidad de los productos ofertados, la diversificación de segmentos y mercados emisores (Higham & Hinch, 2002). Aquellas zonas turísticas más diversificadas en cuanto a producto, segmentos y mercados de origen, y con recursos aprovechables a lo largo del año, deberían tener menores niveles de estacionalidad (Fernández, 2003; Martín et al., 2014). Aun cuando los efectos de la estacionalidad son muy negativos sobre el tejido productivo, social y económico; ciertos estudios destacan las ventajas de una época de descanso o menor actividad. Los principales argumentos señalados son los siguientes: los ecosistemas se recuperan, las comunidades locales viven una etapa de tranquilidad, se aprovecha para hacer tareas de mantenimiento o reformas, se beneficia a las personas que requieren trabajos temporales como complemento a otras ocupaciones, etc. (Puertas et al., 2022).

De lo anterior podría desprenderse que un destino turístico, aun cuando quede separado por una frontera, siendo homogéneo en cuanto a su orientación, y por lo tanto debería tener un nivel de estacionalidad similar. Si bien, la mencionada homogeneidad sería la clave, en el sentido de que el análisis de la estacionalidad puede considerarse un producto uniforme o no. Ello dependerá de la configuración de su oferta, de los mercados emisores de los que depende, de su accesibilidad, etc. En el caso del Algarve y Huelva, tanto el efecto de la frontera interna como la que da acceso al resto de países integrados en la UE, tendría que ser mínimo. Esto se debe a que la UE y la implantación de la unión monetaria ha derribado la frontera inmaterial que pudiera exacerbar el efecto frontera (Khalid et al, 2021). Por lo tanto, la frontera entre dos países con un producto turístico homogéneo no debería marcar una diferencia en el rendimiento a ambos lados, pero sí podría hacerlo la gestión aplicada al mismo. Igualmente pueden afectar ciertos condicionantes geográficos, culturales, históricos, simbólicos y políticos a escala de estado (Rowen, 2016; Więckowski & Timothy, 2021). En lo que respecta al movimiento internacional de viajeros, del que dependen ambos destinos, pueden darse algunos factores que condicionen la estacionalidad de las llegadas. Tal sería el caso diferenciado para cada país, de los factores socioeconómicos y ambientales del destino (Albrecht 2013; Liu et al., 2015; Song et al., 2017; van der Zee & Vanneste 2015; von Bergner & Lohmann 2014), los costes de obtención de visados (Balli et al., 2013), el diferencial de precios entre países (Dogru et al., 2017), el idioma y la proximidad cultural (Khadaroo &

Seetanah, 2008; Tubadji & Nijkamp, 2018), la cercanía geográfica (Patuelli et al., 2014;), el número de vuelos directos entre países (Lohmann et al., 2009; Rehman-Khan et al., 2017), las características demográficas de los países (Peng et al., 2014; Keum, 2010), la base de inmigrantes de la misma nacionalidad (Balli et al, 2016; Santana-Gallego & Paniagua, 2020) e incluso el esfuerzo conservacionista de los países (Song et al., 2012). En un mundo globalizado, la elección de destino turístico queda condicionada por una gran variedad de factores. La estacionalidad turística está vinculada a los flujos nacionales e internacionales de turistas, pero el turismo es más que la suma de los flujos humanos a través de un mundo trazado por paquetes turísticos y guías. De hecho, los organismos turísticos, la configuración de los destinos, el aparato público que los gestiona y los dispositivos regulatorios como visas o pasaportes constituyen un “conjunto híbrido” con una amplia gama de efectos (Franklin, 2004; Salter, 2013).

De igual forma que los factores condicionantes de la estacionalidad derivan en diferentes intensidades de este fenómeno, también influye el tipo de políticas implementadas para hacer más homogéneos los flujos de turistas a lo largo del año. Así pues, los diferentes niveles de estacionalidad a ambos lados de la frontera son también consecuencia del éxito de las políticas aplicadas, que toman como base un producto homogéneo. Las principales líneas de actuación para el control de la estacionalidad turística son de forma resumida las siguientes: diversificación de los productos turísticos, diversificación de mercados emisores, gestión de precios en temporada baja, incentivos fiscales a la apertura en temporada baja, desarrollo de productos turísticos no estacionales y mejora de las infraestructuras de comunicación (Guaita et al., 2020).

3 Contexto turístico en el Algarve y en Huelva.

El Algarve está situado en la zona más al sur de Portugal y la Costa de Huelva en el extremo sur oeste de España. Esta situación permite a ambos destinos tener un contacto privilegiado con el Océano Atlántico y disfrutar de un clima templado y acogedor para los numerosos visitantes que reciben anualmente. Ambas costas combinan el tradicional turismo de sol y playa, con atractivos culturales como la arquitectura barroca, espacios naturales interiores protegidos, y la tradición arraigada en su gente y costumbres (Turismo de Portugal, 2017).

Con la intención de eliminar el efecto de la pandemia COVID-19, se ha tomado como último año de análisis 2019, para contextualizar la potencia de ambos destinos. En 2019, considerando únicamente a turistas alojados en establecimientos hoteleros, el Algarve recibió 857.215 visitantes y la Costa de Huelva a 5.064.067 (National Institute of Statistics of Spain, 2020; National Institute of Statistics of Portugal, 2020). En el Algarve, las pernoctaciones de turistas procedentes del Reino Unido concentraron el 25,9% del total de pernoctaciones en hoteles, seguido del mercado alemán (16,4% del total). En este destino las pernoctaciones en las zonas costeras representaron el 98,4% del total de la región y el 38,7% del país (también la mayor parte) (National Institute of Statistics of Portugal, 2021). Por el contrario, en la Costa de Huelva el principal mercado de origen es el español, concentra el 67,46% de las pernoctaciones, seguido del mercado alemán con el 6,79% y el 6,14% del Reino Unido. Por lo tanto, el Algarve depende en mayor medida de la demanda extranjera que la Costa de Huelva. En el lado portugués operaban a lo largo del año un máximo de 129 hoteles y 99 en la Costa de Huelva (Turismo de Portugal, 2017; National Institute of Statistics of Spain, 2020).

Richard Butler (Butler, 2019), desarrolló un modelo teórico que se conocería como Tourist Destination Life Cycle Model, el cual ha sido aplicado a varios destinos turísticos alrededor del mundo. Este modelo tiene como objetivo presentar una metodología para el análisis evolutivo de un área o destino turístico. Según el modelo todo destino pasa por un conjunto de etapas sucesivas que están interconectadas y que tienen impactos directos en su proceso de desarrollo. Estas etapas son exploración, compromiso, desarrollo, consolidación y estancamiento. Butler (2019) sugiere que después de esta última etapa, pueden ocurrir tres escenarios distintos, el rejuvenecimiento del destino, la continuación del estancamiento o incluso el declive. Turismo de Portugal (2017) aplicó este modelo al Algarve utilizando cuatro indicadores: número de pasajeros en el aeropuerto de Faro, número de pernoctaciones, número de unidades de alojamiento clasificadas y capacidad de alojamiento en número de camas. Los datos inventariados, combinados con información sobre la oferta de servicios turísticos, nuevas infraestructuras en la región, así como otros indicadores de desarrollo económico, permitieron al ente oficial concluir que el Algarve, tras una fase de consolidación, habría pasado por un proceso de estancamiento. Mientras que en la actualidad debería

evolucionar hacia una etapa de rejuvenecimiento. La etapa de rejuvenecimiento de un destino se alcanza y consolida cuando existe una estrategia concertada y coordinada de los diversos actores, del sector público y privado, asociados al sector turístico de la región (Arzoumanidis et al. 2021). En lo que respecta a la Costa de Huelva, la única reflexión sobre el punto del ciclo turístico se realizó en 2008, y en ella se indicaba que este producto se encontraba en una fase de expansión (Santos, 2008). En este caso se señalaba que, pese a su reciente desarrollo, en comparación con otros puntos de España, no se había aprovechado la oportunidad para generar un modelo más sostenible y menos masificado.

En el Algarve, tras un periodo que puede situarse entre los años 60 y finales de los 90, la apuesta por el modelo de “sol y playa” llega a su límite (como estrategia única), con graves consecuencias para la conservación del patrimonio y la destrucción de los recursos (Cocola-Gant et al., 2020). Esta situación evolucionó hacia una realidad caracterizada por la gentrificación, un proceso de valorización inmobiliaria en el área urbana, generalmente acompañado por el desplazamiento de residentes con menor poder económico a otra ubicación y la entrada de residentes con mayor poder económico (Cocola-Gant et al., 2020). Así, hubo un desarrollo urbanístico mal controlado, inversiones en turismo de lujo, golf en primer lugar, creando una seria brecha entre el espacio turístico y el residente (Um & Yoon, 2021). En el caso del golf, el Algarve cuenta con más de 45 campos, donde se realizan torneos nacionales e internacionales, lo que es en si una estrategia muy consolidada en este destino (Bernardo, 2013). Las tendencias y las estrategias potenciales para el futuro del Turismo en el Algarve se definieron en el Plan de Marketing del Algarve 2015-2108 (Turismo de Portugal, 2017). Los viajes de lujo continúan siendo un segmento robusto en el sector turístico, siendo los principales mercados China, Japón, EE. UU. Y varios países europeos cuyos turistas buscan servicios diferentes y de alta calidad, donde la atención al cliente es excelente (Decrop & Woodside 2017). Esta es una tendencia cada vez más popular, que se caracteriza por el hecho de que los individuos se rodean de objetos caros o experiencias inolvidables que no son accesibles para la mayoría de las personas, con el fin de tener más notoriedad y estatus social (Decrop & Woodside 2017). Esta tendencia por la ostentación está especialmente extendida entre los estratos más jóvenes (Millenials) que comparten con amigos en las redes sociales durante mucho tiempo. Por su parte, la estrategia del turismo

desarrollado en la Costa de Huelva se basa en la combinación formada por la oferta residencial de última generación y los establecimientos hoteleros de cuatro y cinco estrellas, más el reclamo que constituyen los campos de golf y las instalaciones náuticas (Santos, 2008). Esta franja de litoral basa su desarrollo turístico en una delgada línea entre el desarrollo de grandes proyectos turísticos -residenciales y hoteleros- y el conservacionismo de un entorno natural muy valioso y menos alterado en comparación con otras franjas costeras del sur de España. La orientación de esta zona queda mayoritariamente focalizada en el turismo de sol y playa tradicional, unido al turismo de golf centrado en segmentos de medio-alto poder adquisitivo. El Parque Nacional y Natural de Doñana, situado en la costa de Huelva, dada su protección, goza de un modelo de desarrollo turístico en su entorno más sostenible.

4 Metodología

El objetivo básico de este trabajo es realizar un análisis comparado de la estacionalidad turística de un producto en gran parte homogéneo, pero situado a ambos lados de una frontera. Para alcanzar tal fin el primer paso sería la selección de un método de medición de la intensidad de la estacionalidad turística. Debido a que la estacionalidad del turismo fluctúa principalmente según la demanda, analizamos la estacionalidad desde esta perspectiva. Esta perspectiva se centra en el análisis de las variaciones en los flujos turísticos, mientras que la perspectiva de la oferta toma como referencia la variación en las plazas ofertadas, tanto en alojamiento, como en restauración y transporte. Para desarrollar una medida de la estacionalidad mediante el análisis de la demanda, utilizamos un indicador que estima el grado de concentración estacional para cada año estudiado. Aunque en la literatura académica aparecen diversos sistemas de cuantificación, el Índice de Gini (IG) es el indicador más utilizado en este tipo de análisis (Fernández, 2003). El IG cumple la condición Pígon-Dalton, que aplicada a la estacionalidad turística indica que el traslado de la oferta o demanda turística de un mes con mayor disponibilidad u ocupación a otro con menor disponibilidad u ocupación disminuye los coeficientes, es decir, la estacionalidad (Aguiló & Sastre, 1984). Wanhill (1980) también prefirió este coeficiente a otras alternativas como la razón de estacionalidad y el coeficiente de variación porque tiene en cuenta los

sesgos de distribución y está menos influenciado por valores extremos. Dado que en este trabajo buscamos desarrollar una comparación cuantitativa de los niveles de estacionalidad, no de las características o pautas particulares de la estacionalidad, este indicador parece el adecuado. El IG mide el grado de desigualdad en el número de viajes turísticos a lo largo del año (Grainger & Judge, 1996). Se construye a partir de la curva de Lorenz, que muestra el rango de frecuencia acumulada de las observaciones, comenzando por los valores más bajos (Lundtorp, 2001). La expresión matemática del IG sería la siguiente:

$$IG = 1 + \left(\frac{1}{n}\right) - \left(\frac{2}{n^2 \cdot \bar{x}}\right) \cdot (x_1 + 2x_2 + 3x_3 + \dots \cdot nx_n)$$

donde n es el número de observaciones (12 en el caso de datos mensuales), \bar{x} es la media de las observaciones (número medio de viajes), y $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ son observaciones individuales en orden descendente de magnitud (Weaver & Oppermann, 2000). El valor mínimo de este índice (0) expresa una distribución equitativa entre todos los meses del año, mientras que el valor máximo (1) corresponde al nivel más alto de concentración estacional. Un análisis de estacionalidad debe partir de una medición de la demanda turística y puede tomar como referencia la llegada de viajeros, pernoctaciones, número de pasajeros que transitan por aeropuertos, encuestas en puestos fronterizos, estudio de segundas residencias y otras fuentes indirectas como indicadores de consumo o cambios en la producción de basura (Nieto & Amate, 2000). En este estudio, las unidades básicas de análisis a las que se aplicó el IG fueron el número de llegadas de viajeros y el número de pernoctaciones de los mismos viajeros. Se consideró el total mensual de cada variable, así como los datos que diferencian a los visitantes nacionales de los visitantes extranjeros. Con el objetivo de garantizar la homogeneidad de los datos, se han tomado únicamente los datos referidos a las llegadas de visitantes alojados en establecimientos hoteleros, por lo que no se consideran los alojados en apartamentos turísticos, viviendas propias o viviendas turísticas intermediadas en plataformas online. Los datos analizados en este estudio se han sido extraídos del Instituto Nacional de Estadística de España y del Instituto Nacional de Estadística de Portugal. Todos ellos hacen referencia al periodo 2015-2019, en tanto que se considera un periodo homogéneo de crecimiento de los flujos turísticos, no afectado por hechos fortuitos de especial relevancia. Estos datos quedan acotados a la demarcación territorial que los

institutos de estadística de Portugal y España, señalan como la zona turística de referencia – Algarve y Costa de Huelva-.

5 Resultados

En las Tablas 1 y 2 se exponen los datos mensuales que describen los flujos turísticos llegados a ambas franjas de costa. En el caso del Algarve, el pico máximo de afluencia se produce en el mes de agosto, con 776.771 llegadas 2019, mientras que en la Costa de Huelva sería en el mes de julio, con 138.689 llegadas, tomando datos de 2019. En ese mismo año la diferencia entre lo viajeros extranjeros llegados en el mes con mayor y menor afluencia al Algarve es de 392.278, cifra que alcanza los 37.285 visitantes en el caso de la Costa de Huelva. Esta misma diferencia, pero referida al turismo nacional, otorga diferencia de 1.160.024 visitantes en el caso de la Costa del Algarve y de 107.300 visitantes en la Costa de Huelva. Por lo tanto, de forma proporcional al volumen de llegadas recibidas en cada caso, ambos destinos tienen que lidiar con unas bruscas variaciones, entre los meses de máxima y mínima afluencia. De forma paralela las pernoctaciones generan fuertes fluctuaciones, ligadas a las propias de la estancia media. En el Algarve la estancia media vinculada a los extranjeros no sufre grandes variaciones, el pico es de 4,83 noches y el dato más reducido es de 4,10. Si bien la variación es más amplia en el caso de los turistas nacionales, con un máximo de 4,32 noches y un mínimo de 2,2. En la costa de Huelva, la variación en la estancia media es de 5,15 - 3,48. No existen datos que diferencian entre visitantes nacionales y extranjeros (Tabla 1 y 2).

Tabla 1. Análisis descriptivo de los flujos turísticos llegados a la Costa del Algarve. 2015-2019.

2015												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Extranjeros												
Pernoctaciones	309.404	460.270	658.654	1.019.746	1.411.661	1.571.176	1.914.585	1.934.828	1.692.764	1.406.569	469.132	318.828
Viajeros	57.781	88.244	132.091	228.396	314.700	322.370	356.027	369.694	357.790	291.283	95.048	67.762
Estancia Media	5,35	5,22	4,99	4,46	4,49	4,87	5,38	5,23	4,73	4,83	4,94	4,71
Nacionales												
Pernoctaciones	72.203	84.507	168.417	223.098	242.865	508.308	774.125	1.173.529	503.917	146.573	83.646	107.591
Viajeros	35.520	35.852	62.770	85.911	93.522	141.823	175.864	261.250	129.896	53.898	34.884	49.891
Estancia Media	2,03	2,36	2,68	2,60	2,60	3,58	4,40	4,49	3,88	2,72	2,40	2,16
2016												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Extranjeros												
Pernoctaciones	359.442	559.672	886.681	1.137.608	1.589.572	1.750.487	2.076.574	2.124.952	1.857.826	1.601.968	562.052	364.035
Viajeros	67.282	109.806	183.470	259.206	337.010	349.844	400.073	402.483	378.659	330.625	114.835	77.171
Estancia Media	5,34	5,10	4,83	5,22	4,72	5,00	5,19	5,28	4,91	4,85	4,89	4,72
Nacionales												
Pernoctaciones	83.708	104.606	202.711	197.700	238.720	537.850	771.996	1.079.095	520.792	191.854	91.462	114.475
Viajeros	41.216	44.097	72.608	79.022	84.035	147.415	188.731	227.106	138.484	65.834	39.262	50.963
Estancia Media	2,03	2,37	2,79	2,50	2,84	3,65	4,09	4,75	3,76	2,91	2,33	2,25
2017												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Extranjeros												
Pernoctaciones	409.966	593.898	882.632	1.430.830	1.730.857	1.898.051	2.163.238	2.199.162	1.940.535	1.683.514	569.464	372.947
Viajeros	79.343	118.310	171.898	322.636	374.502	388.355	422.283	430.886	412.160	350.192	119.665	83.758
Estancia Media	5,17	5,02	5,13	4,43	4,62	4,89	5,12	5,10	4,71	4,81	4,76	4,45
Nacionales												
Pernoctaciones	85.663	110.634	132.789	334.340	239.215	519.049	805.403	1.096.244	529.763	228.447	110.909	139.601
Viajeros	39.638	44.917	52.885	116.632	86.701	144.393	191.606	229.846	143.610	84.727	45.836	63.083
Estancia Media	2,16	2,46	2,51	2,87	2,76	3,59	4,20	4,77	3,69	2,70	2,42	2,21

2018												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Extranjeros												
Pernoctaciones	410.606	600.081	962.843	1.303.676	1.725.929	1.810.847	2.118.635	2.128.215	1.883.298	1.678.011	613.652	409.926
Viajeros	78.638	114.166	199.669	296.377	387.858	392.010	431.557	449.029	428.838	363.079	131.639	96.292
Estancia Media	5,22	5,26	4,82	4,40	4,45	4,62	4,91	4,74	4,39	4,62	4,66	4,26
Nacionales												
Pernoctaciones	93.302	131.009	188.612	271.402	278.067	570.307	863.008	1.243.703	616.070	278.682	118.489	144.877
Viajeros	42.622	53.231	73.682	96.571	103.215	155.698	197.166	264.835	166.060	96.849	49.230	63.854
Estancia Media	2,19	2,46	2,56	2,81	2,69	3,66	4,38	4,70	3,71	2,88	2,41	2,27
2019												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Extranjeros												
Pernoctaciones	443.409	618.244	900.725	1.437.309	1.692.208	1.801.230	2.136.093	2.173.970	1.915.845	1.696.406	645.497	453.575
Viajeros	91.790	131.273	197.018	337.269	412.944	416.265	455.550	484.068	445.689	372.723	142.874	104.978
Estancia Media	4,83	4,71	4,57	4,26	4,10	4,33	4,69	4,49	4,30	4,55	4,52	4,32
Nacionales												
Pernoctaciones	105.277	121.737	178.193	358.185	298.321	624.604	852.575	1.265.301	657.682	234.446	140.378	149.285
Viajeros	47.904	50.997	74.697	120.052	109.796	183.703	204.436	292.703	177.565	85.763	59.266	64.744
Estancia Media	2,20	2,39	2,39	2,98	2,72	3,40	4,17	4,32	3,70	2,73	2,37	2,31

Fuente: Instituto de Estadística de España 2015-2019.

Tabla 2. Análisis descriptivo de los flujos turísticos llegados a la Costa del Huelva. 2015-2019.

2015												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Extranjeros												
Pernoctaciones	14.135	38.363	27.331	46.578	80.630	116.840	125.846	200.071	138.592	91.618	17.363	10.327
Viajeros	3.090	10.055	4.957	9.865	17.626	19.358	18.701	30.615	23.215	19.057	2.861	2.670
Estancia Media	3,19	3,92	5,37	4,59	2,96	3,86	4,91	5,09	4,47	2,9	3,21	2,02
Nacionales												
Pernoctaciones	10.654	75.623	152.640	183.119	168.176	272.094	487.229	493.159	313.966	73.078	19.139	14.539
Viajeros	4.679	18.995	28.560	40.225	66.508	81.418	106.115	105.457	78.080	37.781	8.501	9.610

Estancia Media	3,19	3,92	5,37	4,59	2,96	3,86	4,91	5,09	4,47	2,9	3,21	2,02
2016												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	Extranjeros											
Pernoctaciones	24.971	25.645	104.882	87.688	109.136	186.934	174.014	183.082	181.560	127.648	13.419	6.342
Viajeros	5.829	3.494	22.327	12.968	21.208	31.000	24.428	31.127	31.276	19.833	3.049	1.988
Estancia Media	4,3	4,96	4,81	4,48	3,94	3,94	5,04	4,55	4,41	4,08	3,89	2,39
	Nacionales											
Pernoctaciones	38.721	104.316	127.927	150.038	190.835	237.243	476.439	448.935	316.583	148.815	50.745	11.884
Viajeros	8.966	22.724	26.075	40.146	54.974	76.619	104.671	107.877	81.587	47.955	13.425	5.641
Estancia Media	4,3	4,96	4,81	4,48	3,94	3,94	5,04	4,55	4,41	4,08	3,89	2,39
2017												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	Extranjeros											
Pernoctaciones	25.150	23.969	31.869	155.697	140.796	212.746	211.960	212.223	253.979	146.629	17.114	7.644
Viajeros	4.824	5.095	5.705	32.570	24.643	32.982	31.389	31.269	44.114	28.979	2.606	1.619
Estancia Media	3,43	4,23	5,79	4,29	3,78	4,09	4,8	5,16	4,31	3,62	5,15	4,3
	Nacionales											
Pernoctaciones	18.631	92.222	154.848	151.293	179.486	245.419	444.239	458.456	265.672	138.111	68.318	32.693
Viajeros	7.952	22.377	26.552	38.945	60.100	79.060	105.208	98.739	76.529	49.636	13.971	7.765
Estancia Media	3,43	4,23	5,79	4,29	3,78	4,09	4,8	5,16	4,31	3,62	5,15	4,3
2018												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	Extranjeros											
Pernoctaciones	20.074	27.947	42.564	100.217	154.378	198.914	155.004	170.525	195.828	117.418	30.856	9.856
Viajeros	4.032	4.407	6.886	16.174	27.170	28.741	22.136	24.229	30.936	18.235	6.403	1.998
Estancia Media	4,46	3,69	5,15	5,32	4,42	4,66	4,84	5,14	4,43	4,69	3,27	2,94
	Nacionales											
Pernoctaciones	27.313	76.227	164.357	197.472	169.840	253.947	477.165	517.770	302.839	158.955	63.705	15.772
Viajeros	6.592	23.844	33.294	39.781	46.194	68.346	108.484	109.736	81.526	40.686	22.545	6.709
Estancia Media	4,46	3,69	5,15	5,32	4,42	4,66	4,84	5,14	4,43	4,69	3,27	2,94
2019												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic

	Extranjeros											
Pernoctaciones	23.362	25.114	37.800	108.658	156.245	205.471	147.441	170.917	208.793	110.560	23.005	7.894
Viajeros	3.720	3.364	6.957	30.390	27.685	38.518	24.147	26.748	33.140	18.197	3.048	1.233
Estancia Media	3,48	3,71	5,17	4,71	3,8	3,88	4,62	5,15	4,47	3,66	4,27	4,51
	Nacionales											
Pernoctaciones	14.767	72.848	165.387	233.456	229.824	290.537	493.063	541.775	303.869	106.868	55.896	31.995
Viajeros	7.242	23.042	32.352	42.203	73.910	89.197	114.542	111.686	81.609	41.245	15.425	7.615
Estancia Media	3,48	3,71	5,17	4,71	3,8	3,88	4,62	5,15	4,47	3,66	4,27	4,51

Fuente: Instituto de Estadística de España 2015-2019.

Tomando datos del IG para los flujos de extranjeros llegados a la Costa de Huelva y al Algarve, se constata como la intensidad de la estacionalidad es mayor en el destino español. Es más, mientras que en el Algarve han mantenido una senda de reducción de la estacionalidad, en el caso de Huelva la tendencia no es positiva. Estas mismas apreciaciones pueden trasladarse al análisis de la estacionalidad de las pernoctaciones de extranjeros. En el caso del turismo nacional se constata en ambos destinos que la intensidad de la estacionalidad es mayor en comparación con los datos referidos al turismo de extranjeros. De nuevo, los registros son más positivos para el caso de Portugal en lo que respecta a los flujos mensuales de viajeros. Aun cuando en este destino se han conseguido ligeros avances en la reducción de la estacionalidad con respecto a 2015, la tendencia es errática. Conclusión similar a la que se podría extraer para el caso de Huelva. Tomando como referencia la intensidad de la estacionalidad vinculada a las pernoctaciones mensuales, se aprecia que en el Algarve el registro de los nacionales es muy superior al de los extranjeros y cercano al valor referido a Huelva. Este es el único indicador - IG vinculado a las pernoctaciones de nacionales - en el que registro de Huelva es más positivo que el de el Algarve. En ambos casos, el problema se concentra en la estacionalidad de las pernoctaciones de los visitantes nacionales (Tabla 3).

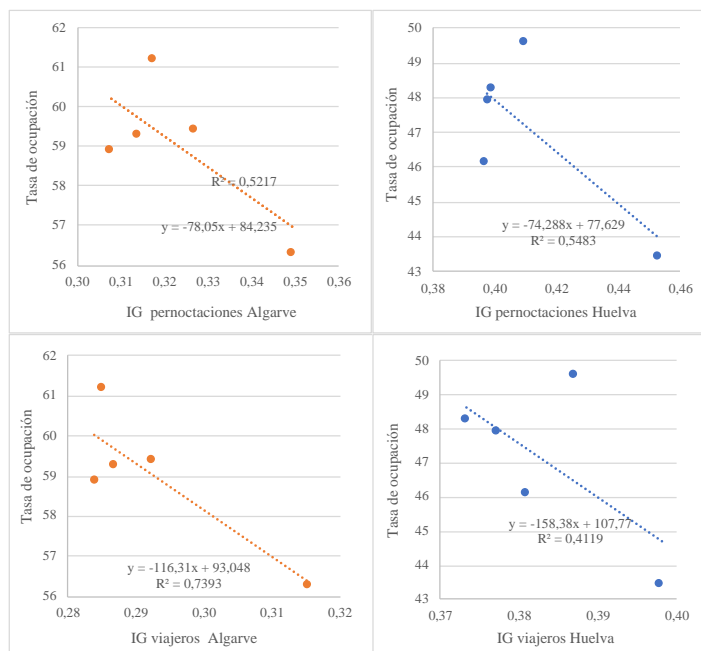
Tabla 3. Comparativa de la estacionalidad del Algarve y Huelva, medida a través del Índice de Gini. 2015-2019.

	Extranjeros_Algarve		Extranjeros_Huelva	
	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros
IG_15	0,310	0,300	0,423	0,363
IG_16	0,294	0,282	0,372	0,356
IG_17	0,288	0,279	0,411	0,389
IG_18	0,276	0,278	0,384	0,365
IG_19	0,271	0,272	0,399	0,405
Media	0,288	0,282	0,398	0,375
	Nacionales_Algarve		Nacionales_Huelva	
	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros
IG_15	0,481	0,362	0,477	0,413
IG_16	0,449	0,326	0,417	0,399
IG_17	0,439	0,316	0,401	0,387
IG_18	0,437	0,313	0,421	0,386
IG_19	0,434	0,320	0,434	0,397
Media	0,448	0,327	0,430	0,397

Fuente: Elaboración propia.

Con objeto de determinar si la estacionalidad es responsable de la tasa de ocupación (TO) y de las plazas hoteleras ofertadas (PH) se han calculado las rectas de regresión entre los IG totales y la TO (Figura 1) y respecto a las PH (Figura 2). Se trata de encontrar una línea media que sintetice la dependencia entre la variable Y (TO o PH) y la X (IG), analizando de este modo la causalidad entre ambas variables. En primer lugar, se observa en ambas figuras que el grado de concentración turística total de Huelva es bastante mayor que en el Algarve. Mientras que en la costa española éste oscila entre 0,45-0,41 en términos de pernoctaciones, y 0,40-0,39 en viajeros, en la portuguesa estos niveles se reducen a 0,35-0,31 y 0,31-0,28, respectivamente. Ello reafirma los resultados mostrados en la Tabla 3 donde se analizaba los IG diferenciando entre turismo nacional y extranjero.

Figura 1. Relación entre la tasa de ocupación y los IG de las pernoctaciones y los viajeros.

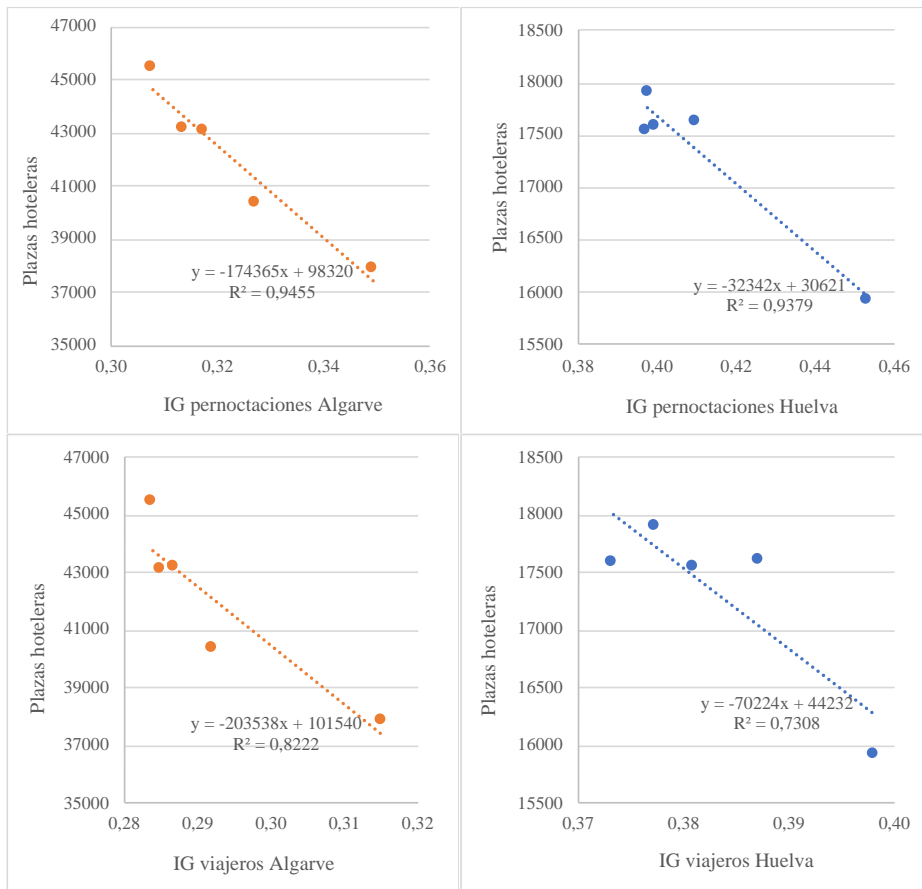


Fuente: Elaboración propia.

En los cuatro gráficos de la Figura 1 se verifica que tanto en el Algarve como en Huelva existe una relación inversa entre la concentración turística y la TO, es decir, en aquellos años donde la estacionalidad ha sido más intensa, la TO anual es menor en ambas zonas costeras. Si bien cabe destacar que el coeficiente del IG de los viajeros duplica al obtenido por las pernoctaciones en Huelva (158.38 frente a 74.28), obteniendo un comportamiento similar en el caso del Algarve (116.31 frente a 78.05). Ello implica que la TO es mucho más sensible a las variaciones de la estacionalidad medida en términos de viajeros, cualquier pequeña variación en la concentración de los viajeros provoca cambios acusados en la TO. Estos resultados refuerzan las conclusiones de Turrión-Prats y Duro (2018), donde se confirmó que los precios y los ingresos están inversamente relacionados con la estacionalidad, recomendando reforzar las herramientas de marketing para atraer clientes de forma estable durante todo el año.

La bondad del ajuste se considera aceptable en todas las regresiones teniendo en cuenta que la TO se ha explicado tan solo con una variable, el IG. En todos los casos analizados la R2 supera el 0,4, llegando casi al 0,74 en el IG de los viajeros en el Algarve. En este último, el modelo de regresión explica el 73,9% de la varianza de la TO, pudiendo confirmar su idoneidad para manifestar el comportamiento de esta variable.

Figura 2. Relación entre las plazas hoteleras y los IG de las pernoctaciones y los viajeros.



Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 2 se observa nuevamente la existencia de una relación inversa entre la estacionalidad y las PH, cuanto mayor es la concentración turística medida en términos de pernoctaciones y viajeros, menor son las PH ofertadas. Además, en todos los casos la bondad del ajuste supera el 0,73, llegando al 0,94 y 0,93 en el caso del IG de las pernoctaciones en ambas costas, Algarve y Huelva respectivamente. Ello confirma que tan sólo el IG de las pernoctaciones explica el 94,5% y el 93,7% de la variabilidad de las PH, es decir, el modelo los valores estimados se ajustan en gran medida a los observados y, por tanto, los datos se hayan sobre la línea de regresión. También se reafirma que las PH son mas sensibles a las variaciones del IG de los viajeros, se han obtenido coeficientes más elevados en ambas costas a los alcanzados con el IG de las pernoctaciones.

En definitiva, para garantizar la sostenibilidad de los servicios ofrecidos se deben reclaman nuevos paquetes turísticos que reduzcan la estacionalidad. Benítez-Aurioles (2021) demuestra que el mercado p2p está menos sujeto a las concentraciones que el convencional.

Sus técnicas de marketing relacionadas con el precio y el producto están logrando dar una respuesta adecuada a los estímulos económicos. Según Duro y Turrió-Prats (2019) el nivel de renta de los mercados emisores tienen un efecto significativo sobre la estacionalidad, permitiendo reducirla en épocas de expansión económica.

6 Discusión y conclusiones

La estacionalidad turística es uno de los principales handicaps que afectan al turismo, pues genera una serie de distorsiones que afectan a la estructura social, económica, laboral y ambiental de los destinos, desembocando en estructuras sobredimensionadas para períodos de tiempo concretos y con escasa capacidad de adaptación a la demanda, sin incurrir en sobrecostes. Existen diferentes formas de contener la estacionalidad turística, al menos en los aspectos que dependen de la configuración y planificación de los destinos, pues en parte este fenómeno está condicionado por tendencias globales. En este trabajo se han analizado de forma comparativa dos destinos limítrofes, basados en lo que podría ser un producto turístico homogéneo, pero separados por una frontera física y cultural. El objetivo era determinar, si partiendo de un recurso base homogéneo (clima y playas) se han registrado diferentes niveles de estacionalidad.

El análisis expuesto ha confirmado estas diferencias, lo que implica que en ambos destinos se han desarrollado sistemas de planificación diferenciados. Se puede postular que el peso del turismo internacional, la diversificación de los mercados de origen de los visitantes y la apuesta por productos complementarios a la oferta tradicional, pueden haber alterado los logros alcanzados a ambos lados de la frontera. Por lo tanto, esto es un reflejo de cómo el tipo de política anti-estacionalidad pueden conseguir diferentes resultados partiendo un mismo recurso base. Se ha detectado un gap de intensidad de la estacionalidad en los flujos de turistas extranjeros. En este caso tanto en lo referido al reparto anual de las visitas como de las pernoctaciones, el Algarve obtiene una mejor posición y evolución con respecto al destino localizado al otro lado de la frontera. Por lo tanto, se refuerza la idea de que la diversificación de mercados de origen tenga mucho que decir, además de la cercanía a un aeropuerto internacional que los conecte (como es el de Faro) y la propia orientación del producto turístico. En ambos casos el problema se concentra en la estacionalidad de las

pernoctaciones de los turistas nacionales. Se han conseguido avances en este sentido, pues en los dos destinos la intensidad se ha reducido con respecto a los valores de 2015, pero sigue siendo elevada. Así pues, ambos destinos quedan conectados por una característica común, la mayor estacionalidad del turismo nacional, y en especial el reparto anual de pernoctaciones.

Adicionalmente las rectas de regresión confirman el gran peso de la estacionalidad sobre la tasa de ocupación y las plazas hoteleras, siendo la bondad del ajuste mayor en el caso de las plazas hoteleras. La concentración temporal de viajeros y/o de pernoctaciones reduce las tasas de ocupación y plazas hoteleras anuales. Los agentes decisores deben ofrecer paquetes turísticos que suavicen la situación existente y permitan repartir la llegada de turistas de forma continuada durante todo el año.

A través de los resultados que este estudio expone, se pueden ofrecer algunas recomendaciones de política pública. En primer lugar, se refuerza la idea de que la gestión de un destino es clave a la hora de reducir la estacionalidad turística. Pues ante un mismo recurso base los resultados son diferentes. Sería interesante, por lo tanto, tomar las mejores prácticas de los destinos que han tenido más éxito, de cara a reforzar las políticas anti-estacionalidad. La segunda recomendación implica la necesidad de reforzar las actuaciones que puedan desestacionalizar el turismo nacional, bien sea diversificando segmentos o mejorando las conexiones con los núcleos emisores de turismo. En ambos casos se requieren inversiones, para dotar de recursos sobre los que definir una nueva oferta de productos turísticos o bien para mejorar la accesibilidad de los destinos.

Referencias bibliográficas

Aguiló, E. and Sastre, A. (1984), “La medición de la estacionalidad del turismo: El caso de Baleares” , *Estudios Turísticos*, 81, pp. 79-88.

Albrecht, J.N. (2013), “Networking for Sustainable Tourism– Towards a Research Agenda” , *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21, n° 5, pp. 639-57.

- Arzoumanidis, I., Walker, M. A., Petti, L. and Raggi, A. (2021), “Life Cycle-Based Sustainability and Circularity Indicators for the Tourism Industry: A Literature Review” , Sustainability, vol. 13, n° 21. <https://doi.org/10.3390/su132111853>
- Balli, F., Balli, H.O. and Cebeci, K. (2013), “Impacts of Exported Turkish Soap Operas and Visa-Free Entry on Inbound Tourism to Turkey” , Tourism Management, n° 37, pp. 186-92.
- Benítez-Aurioles, B. (2021), “Seasonality in the peer-to-peer market for tourist accommodation: the case of Majorca” , Journal of Hospitality and Tourism Insights. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2020-0192>
- Bernardo, C. (2013), “Contributo para a recuperação do turismo no Algarve: da imagética à gestão territorial” (T. d. Mestrado, Ed.) ISEC Lisboa - Mestrado em Tecnologias Gráficas.
- Butler, R.W. (1994), A.V. Seaton, et al. (Eds.), Seasonality in tourism: Issues and problems, Wiley, Chichester.
- Butler, R.W. (2019), “Overtourism and the Tourism Area Life Cycle” . In R. Dodds, & R. W. Butler, Overtourism: Issues, realities and solutions (Vol. 1), De Gruyter Studies in Tourism, Berlin.
- Cocola-Gant, A., Gago, A. and Jover, J. (2020), Tourism, gentrification and neighbourhood change: an analytical framework. Reflections from Southern European cities. In J. Oskam, The Overtourism Debate. NIMBY, Nuisance, Commodification (pp. 121-135), Emerald, Bingley.
- Decrop, A. and Woodside, A. (2017), Consumer behavior in tourism and hospitality research, Emerald, Bingley.
- Dogru, T., Sirakaya-Turk, E. and Crouch, G.I. (2017), “Remodeling International Tourism Demand: Old Theory and New Evidence” , Tourism Management n° 60, pp. 47-55.
- Duro, J.A. and Turrión-Prats, J. (2019), “Tourism seasonality worldwide” , Tourism Management Perspectives n° 31, pp. 38-53.
- Eilat, Y. and Einav, L. (2004), “Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis” , Applied Economics, vol. 36, n° 12, pp. 1315-1327.

Eriksen, T.H. (2016), *Overheating. An Anthropology of Accelerated Change*, Pluto Press, London.

Fernández, A. (2003), “Decomposing seasonal concentration” , *Annals of Tourism Research*, vol. 30, n° 4, pp. 942-956.

Franklin, A. (2004), “Tourism as an ordering: Towards a new ontology of tourism” , *Tourist Studies* vol. 4, n° 3, pp. 277-301.

Grainger, J. and Judge, G. (1996), “Changing patterns of seasonality in hotel and tourism demand: an analysis of Portsmouth monthly arrivals data, University of Portsmouth, Portsmouth.

Guaita, J.M., Martín, J.M., and Ostos, M.S. (2020). “An analysis of the changes in the seasonal patterns of tourist behavior during a process of economic recovery”, *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120280.

Guaita, J.M., Serdeira, P., Martín, J.M. and Puertas., R.S. (2021), “Key factors in tourism management to improve competitiveness in Latin America” , *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. <https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2021-0131>

Higham, J. and Hinch, T.D. (2002), “Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors” , *Tourism Management*, vol. 23, n° 2, pp. 175-185.

Hylleberg, S. (1992), *Modelling seasonality*, Oxford University Press, Oxford.

Keum, K. (2010), “Tourism flows and trade theory: a panel data analysis with the gravity model” , *Annals of Regional Science*, vol. 44, pp. 541-557.

Khalid, U., Okafor, L.E. and Burzynska, K. (2021), “Do Regional Trade Agreements Enhance International Tourism Flows? Evidence from a Cross-Country Analysis” , *Journal of Travel Research*. doi:10.1177/00472875211028321

Khadaroo, J., and Seetanah, B. (2008), “The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A Gravity Model Approach” , *Tourism Management*, vol. 29 n° 5, pp. 831-40.

- Liu, J., Hull, V., Luo, L., Yang, W., Liu, W., Viña, A., Vogt, C., Xu, Z., Yang, H., Zhang, J., et al. (2015), "Multiple Telecouplings and Their Complex Interrelationships" , *Ecology and Society* vol. 20, n° 3, pp. 44.
- Lohmann, G., Albers, S., Koch, B. and Pavlovich, K. (2009), "From Hub to Tourist Destination—An Explorative Study of Singapore and Dubai's Aviation-Based Transformation" , *Journal of Air Transport Management* vol. 15, n° 5, pp. 205-11.
- Lundtorp, S. (2001), *Measuring tourism seasonality*. In T. Baum, S. Lundtorp (Eds.), *Seasonality in tourism*, Pergamon Publishers, Oxford.
- Martín, J.M., Jiménez, J.D. and Molina, V. (2014), "Impacts of seasonality on environmental sustainability in the tourism sector based on destination type: An application to Spain's Andalusia region" , *Tourism Economics*, vol. 20, n° 1, pp. 123-142.
- Martín, J.M. and Guaita, J.M. (2020), "Entrepreneurs' attitudes toward seasonality in the tourism sector", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 26, n° 3, pp. 432-448.
- National Institute of Statistics of Portugal (2020), Retrived from: www.ine.pt Accesed on: march 2022.
- National Institute of Statistics of Spain (2020), Retrived from: www.ine.es Accesed on: march 2022.
- Nieto, J.L. and Amate, I. (2000), "Análisis de la estacionalidad de la demanda turística en la comunidad andaluza" , *Papers de Turisme*, Vol. 28, pp. 42-64.
- Patuelli, R., Mussoni, M. and Candela, G. (2013), "The Effects of World Heritage Sites on Domestic Tourism: A Spatial Interaction Model for Italy" , *Journal of Geographical Systems* vol. 15, n° 3, pp. 369-402.
- Peng, B., Song, H. and Crouch, G.I. (2014), "A Meta-analysis of International Tourism Demand Forecasting and Implications for Practice" , *Tourism Management* n° 45, pp. 181-93.

Puertas, R.M., Martín, J.M., Guaita, J.M., and Serdeira-Azevedo, P. (2022). "Analysis of the role of innovation and efficiency in coastal destinations affected by tourism seasonality", *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 7, n° 1, pp. 100163.

Rehman Khan, S.A., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, K. and Zhang, Y. (2017), "Travel and Tourism Competitiveness Index: The Impact of Air Transportation, Railways Transportation, Travel and Transport Services on International Inbound and Outbound Tourism" , *Journal of Air Transport Management* n° 58, pp. 125-34.

Roselló, J., Riera, A. and Sausó, A. (2004), "The economic determinants of seasonal patterns" , *Annals of Tourism Research*, vol. 31, n° 3, pp. 697-711.

Rowen, I. (2016), "The Geopolitics of Tourism: Mobilities, Territory, and Protest in China, Taiwan, and Hong Kong" , *Annals of the American Association of Geographers*, vol. 106, n° 2, pp. 385-393.

Salinas, J.A., Serdeira, P., Martín, J.M. and Rodríguez, J.A. (2020), "Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index" , *Tourism Management Perspectives*, n° 33, pp. 100582.

Salter, M.B. (2013), "To make move and let stop: Mobility and the assemblage of circulation" , *Mobilities* vol. 8, n° 1, pp. 7-19.

Santana-Gallego, M. and Paniagua, J. (2020), "Tourism and migration: Identifying the channels with gravity models" , *Tourism Economics*, 1-24, DOI: 10.1177/1354816620972597

Santos, E.L. (2009), *El desarrollo turístico del litoral de Huelva*, Junta de Andalucía, Sevilla.

Sofield, T.H.B. (2006), "Border tourism and border communities: An overview" , *Tourism Geographies* vol. 8, n° 2, pp. 102-21.

Song, H., Dwyer, L., Li, G. and Cao, Z. (2012), "Tourism Economics Research: A Review and Assessment" , *Annals of Tourism Research*, vol. 39, n° 3, pp.1653-82.

Song, H., Li, G. and Cao, Z. (2017), "Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda" , *Journal of Travel Research* vol. 57, n° 8, pp. 999-1011.

Timothy, D.J. and Tosun, C. (2003), “Tourists’ perceptions of the Canada-USA border as a barrier to tourism at the International Peace Garden” , *Tourism Management* n° 24, pp. 411-421.

Tubadji, A. and Nijkamp, P. (2018), “Revisiting the Balassa-Samuelson effect: International tourism and cultural proximity” , *Tourism Economics* vol. 24, n° 8, pp. 915-944.

Turismo de Portugal, (2017), *Plano de Marketing Estratégico para o Algarve 2015-2018*, Turismo de Portugal, Faro.

Turrión-Prats, J. and Duro, J.A. (2018), “Tourist seasonality and the role of markets” , *Journal of Destination Marketing & Management* n° 8, pp. 23-31.

Um, J. and Yoon, S. (2021), “Evaluating the relationship between perceived value regarding tourism gentrification experience, attitude, and responsible tourism intention” , *Journal of Tourism and Cultural Change* vol. 19, n° 3, pp. 345-361.

van der Zee, E. and Vanneste, D. (2015), “Tourism Networks Unravelling; A Review of the Literature on Networks in Tourism Management Studies” , *Tourism Management Perspectives* vol. 15, pp. 46-56.

von Bergner, N.M. and Lohmann, M. (2014), “Future Challenges for Global Tourism: A Delphi Survey” , *Journal of Travel Research*, vol. 53, n° 4, pp. 420-32.

Wanhill, S.R.C. (1980), “Tackling seasonality: A technical note” , *International Journal of Tourism Management*, vol. 1, n° 4, pp. 243-245.

Więckowski, M. (2010), “Tourism development in Polish borderlands” , *Geographia Polonica*, vol. 83, n° 1, pp. 67-81.

Więckowski, M. and Timothy, D.J. (2021), “Tourism and an evolving international boundary: Bordering, debordering and rebordering on Usedom Island, Poland-Germany” , *Journal of Destination Marketing & Management*, n° 22, pp. 100647.

Weaver, D. and Oppermann, M. (2003), *Tourism Management*, John Wiley and Sons, Milton.

WTTC (2020), *Travel & Tourism’s direct, indirect and induced impact*, Retrieved from: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> Accessed on march 2022.