

REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 18, 2º semestre 2014, pp. 11-18

**“LA CRISIS ECONÓMICA EN EL SECTOR TURÍSTICO. UN
ANÁLISIS DE SUS EFECTOS EN LA COSTA DEL SOL”**

***“ECONOMIC CRISIS IN THE TOURISM SECTOR. ANALYSIS OF ITS
IMPACTS ON COSTA DEL SOL”***

Enrique Torres Bernier
Universidad de Málaga

Rocío Ramírez Sánchez
Unicaja

Beatriz Rodríguez Díaz
Universidad de Málaga

Revista de Análisis Turístico

ISSN impresión: 1885-2564; ISSN electrónico: 2254-0644

Depósito Legal: B-39009

©2014 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisturistico@aecit.org

LA CRISIS ECONÓMICA EN EL SECTOR TURÍSTICO. UN ANÁLISIS DE SUS EFECTOS EN LA COSTA DEL SOL

Enrique Torres Bernier

ejtorres@uma.es

Universidad de Málaga

Rocío Ramírez Sánchez

rocio_ramirez36@hotmail.com

Unicaja

Beatriz Rodríguez Díaz

brodriguez@uma.es

Universidad de Málaga

resumen

En el presente trabajo se muestra un estudio sobre las consecuencias que tiene la crisis económica de 2008 en el sector turístico, y especialmente en la Costa del Sol. Se analizan las características del turismo en la Costa del Sol, y los indicadores más importantes, así como su evolución. Se estudian las características de la crisis y la incidencia que han tenido en el sector, lo que permite tener una visión global de lo acontecido. Por último, se realiza un estudio de predicción de tendencias futuras, mediante un modelo autorregresivo integrado de media móvil (ARIMA). Entre las conclusiones, destacan que, si bien la crisis ha afectado al sector turístico, no lo ha hecho con la intensidad que en otros sectores. El turismo se está convirtiendo cada vez más en un bien necesario, capaz de pasar una crisis con menor repercusión que otros sectores. Destaca, asimismo, el turismo ruso como una palanca del cambio de tendencias en el turismo.

Abstract

A study on the consequences of the economic crisis of 2008 in the tourism sector, and especially in Costa del Sol is shown in this paper. The characteristics of tourism, the most important indicators, and its evolution are analyzed on Costa del Sol. We study the characteristics of the crisis and the impact they have had in the sector, allowing a global view of what happened. Finally, we do a study predicting future trends through an integrated moving average autoregressive model (ARIMA). Among the findings highlight that while the crisis has affected the tourism sector, it has not done with the intensity than in other sectors. Tourism increasingly is becoming a necessary, able to pass a crisis with less impact than other sectors either. It stresses the Russian paradigm as a driver for change in tourism trends.

Key words: *tourism, crisis management, impact, Costa del Sol.*

1. introducción

El turismo ha sido uno de los sectores que más han contribuido al PIB español en los últimos cincuenta años. Desde principios de 1960 hasta 2007, que es el punto de máxima inflexión antes de la crisis, el turismo ha sido un sector en auge.

En 2004 tuvo lugar una primera desaceleración del turismo, principalmente respecto al turismo extranjero (disminución del 4%, tanto en entradas como en pernoctaciones), la cual fue compensada por un incremento de turismo interior. Esta crisis fue superada, significando el periodo de finales de 2004 hasta 2007 una estabilización al alza de los datos generales del turismo.

En 2008 los principales indicadores macroeconómicos de las distintas economías mundiales entraron en retroceso, debido, principalmente, a un fracaso financiero iniciado en los EE.UU. En España, se deterioraron múltiples indicadores económicos, como por ejemplo el PIB, tasas de inflación, deuda pública y el índice de paro.

Esta vez, ante la fuerte caída en la entrada de turismo extranjero no hubo un incremento sensible de turismo interior, como en 2004. Al contrario, en algunos rubros se apreció una retracción que evidentemente no pudo compensar, como en 2004, la crisis consecuencia de lo que pasaba en el exterior.

En este trabajo se va a analizar el efecto que tiene esta crisis económica de 2008 en el sector turístico, así como los distintos indicadores que lo miden y aquéllos países que han reducido en mayor o menor medida su turismo en España. Se centra el estudio en el caso de la Costa del Sol, ya que es un destino turístico de gran relevancia. Situada en el Sur de España, recorre el Mediterráneo durante unos 161 kilómetros de litoral correspondientes a la provincia de Málaga, abarcando desde el municipio de Manilva, al este, hasta Nerja, al oeste.

El grado de estacionalidad de este destino ha mostrado poca variación durante los últimos 20 años. Si bien, se podría reducir, si se consolidan los mercados que tienen efectos marginales negativos respecto al índice de concentración turística, como pueden ser los británicos y los nórdicos (Fernández-Morales y Mayorga-Toledano, 2008). El turismo residencial también es de gran interés en este sentido, pudiendo destacar los estudios de Mantecón (2011), Rodríguez et al. (2004) y O'Reilly (2007).

El turismo en la Costa del Sol, como en casi toda España, disminuyó en cuotas de viajeros en 2008 y 2009, vislumbrándose aumentos en 2010 y 2011. En parte, es debido a que los viajeros residentes modifican el destino de sus salidas, cambian los viajes al exterior por turismo interior, a causa del aumento de los costes. Es posible que en un futuro próximo esto cambie por la entrada de nuevos turistas extranjeros, como Rusia, con una gran capacidad económica y alto índice de gasto por turista.

Se establecen como hipótesis del trabajo las siguientes: 1. La crisis ha incidido en la actividad turística, pero no en exceso; 2. La crisis ha supuesto un menor gasto y menores pernoctaciones, pero no un fuerte descenso en el número de turistas.

Así, los objetivos de este trabajo son analizar la incidencia sobre el turismo de la crisis económica mundial que estalló en 2008 y evaluar las consecuencias a corto y largo plazo. Para ello, se estudian los indicadores y balances del turismo de 2000 a 2007 y de 2008 a 2012, comparándolos y llegando a diversas conclusiones. Y se llevan a cabo una serie de predicciones para ver la evolución prevista del turismo, utilizando modelos autorregresivos integrados de media móvil (ARIMA).

2. efectos de la crisis en el sector turístico

La industria del turismo es una de las que tienen una mayor importancia económica, siendo así también una de las más vulnerables ante las crisis y los desastres. En estas situaciones es de gran importancia la planificación y preparación dada la necesidad de actuar con rapidez y el estudio de cómo gestionar algunos sectores del turismo cuando la crisis les ha afectado.

En este sentido, Rodríguez-Toubes y Fraiz, (2011) muestran acciones específicas que se pueden llevar a cabo en estas situaciones. Se basan en el análisis de distintos casos de buenas prácticas en destinos turísticos que han sido afectados por un suceso negativo. Asimismo en 2012, identificaron las características que debe tener la gestión de crisis en el turismo, otorgando un papel de gran importancia a las organizaciones autonómicas de promoción turística (Rodríguez-Toubes y Fraiz, 2012).

El estudio que realizan Antunes y Marques (2012) en el sector concreto de los campos de golf en el Algarve Occidental, se puede extrapolar a otros ámbitos. Estos identifican y analizan distintas opciones estratégicas, concluyendo que el nuevo modelo organizativo y competitivo debe mantener una relación calidad-precio adecuada, debe intensificar la formación de los recursos humanos, ajustar los costes de reestructuración y prestar atención a la evolución de los márgenes que el mercado nacional puede representar. Se considera también primordial que las medidas que tomen cada campo de golf en estas zonas, si se toma aisladamente, están condenadas a un éxito a corto plazo, sólo la cooperación entre los campos, lleva a la eficiencia y la competitividad del producto.

El fenómeno "crisis y turismo" ha sido estudiado previamente y en múltiples países. Ritchie et al. (2014), miden el impacto a corto plazo que tiene una incidencia como el derrame de petróleo de BP del Golfo en 2010, mostrando los resultados la complejidad del impacto, que llega a generar ganadores y perdedores en distintas áreas geográficas.

Por su parte, Borodako et al. (2011), demuestran que los cambios producidos en la industria del turismo de reuniones en Cracovia, ha sido provocado por la crisis global.

Respecto al efecto que tiene la crisis sobre el comportamiento del turista y el impacto en el gasto destacan diversos estudios. Styliadis y Terzidou (2014), desarrollan un modelo para analizar cómo la crisis económica influye en las actitudes de los residentes de cara al turismo en Kavala (Grecia). Los datos muestran que la situación económica está llevando a los residentes a adoptar una actitud más positiva hacia el turismo, debido entre otros aspectos, a una mayor preocupación por la economía y a la inseguridad laboral, entendiendo ahora el turismo como una oportunidad de beneficio propio.

Eugenio-Martin y Campos-Soria (2014), analizan el comportamiento de los turistas de diferentes regiones europeas durante la crisis económica mundial. Los resultados muestran reacciones heterogéneas, destacando entre los motivos las variables regionales y socioeconómicas del hogar, en general dependen de las condiciones climáticas del origen, el PIB y el crecimiento del PIB.

Es importante analizar los factores socio-económicos que influyen en la demanda del turismo, en este sentido, González-Gómez, Álvarez-Díaz y Otero-Giráldez (2011) llevan a cabo un estudio para conocer en la demanda del turismo interno de Galicia (España). Según sus resultados, la elasticidad ingreso de la demanda tiende a ser unitaria, siendo, la crisis económica y el diferencial de inflación entre Galicia y el resto de España, los causantes de disminuir la demanda turística en un 7,5 por ciento.

3. metodología

En primer lugar se va a proceder a analizar la evolución de varias variables a lo largo del tiempo para analizar sus determinantes y consecuencias. Mediante este estudio se detectan interesantes patrones que ayudan a comprender las causas y resultados de distintas situaciones.

En segundo lugar se ha realizado un pequeño estudio de predicción de tendencias futuras empleando un modelo autorregresivo integrado de media móvil (ARIMA).

Este modelo ha sido utilizado en el sector turístico en diversos estudios, pudiendo destacar algunos como Aguilar, 2001; Arias, 2013; Benito, 2013; Fernandes, 2005; Fernandes et al. 2006 o Guerrero et al., 2006.

El modelo ARIMA utiliza las regresiones y las variaciones de los datos estadísticos existentes con la finalidad de encontrar un patrón que pueda ser utilizado en las proyecciones. El orden de un modelo AR expresa el número de observaciones retrasadas de la serie temporal analizada que intervienen en la ecuación. Se suele acompañar al símbolo MA del orden del retardo que hayamos introducido en los errores entre paréntesis.

Un modelo ARIMA no estacional se clasifica como 'ARIMA (p,d,q)' donde "p" es el número de términos autorregresivos, "d" es el número de diferencias no estacionales y "q" es el número de media móvil. En la notación 'ARIMA (p,d,q)' cuando d=0 el modelo es de serie de tiempo estacionaria y cuando p>0 es para series no estacionarias.

$$Y_t = \phi_0 + \phi_1 y_{t-1} + L + \phi_p y_{t-p} + a_t - \theta_1 a_{t-1} - L - \theta_q a_{t-q}$$

Los coeficientes de los parámetros son determinados a partir de los datos.

Los procesos del método se pueden dividir en cuatro fases (Box y Jenkins, 1976; Ho, 2006):

- (1) identificar el modelo ARIMA que se va a utilizar y transformar la serie en estacionaria, si es necesario;
- (2) estimar los parámetros AR y MA para hallar la más alta similitud posible y obtener los errores estándar y los residuos del modelo;
- (3) verificar que los residuos no contengan estructuras de dependencia y se adapten al proceso de ruido blanco;
- (4) realizar las proyecciones correspondientes.

Estas cuatro fases están integradas para llevarlas a cabo de forma automática desde el paquete estadístico SPSS.

La selección inicial del modelo ARIMA se basa en un examen de autocorrelación para diversos retrasos. Así ARIMA se compone de modelos autorregresivos que son adecuados para series de tiempo estacionarias, modelos de promedio móvil y modelos autorregresivos integrados de promedio móvil que son aquellos que no muestran series estacionarias.

Las variables para el estudio se seleccionaron por su relevancia en el sector turístico y por el tipo de variable:

- Número de pernataciones
- Número de viajeros nacionales
- Número de viajeros totales
- Número de hoteles

El número de pernataciones es una variable con un patrón estacional, el número de viajeros nacionales y el número de viajeros totales son variables que están correlacionadas, y el número de hoteles es una variable sin estacionalidad.

Se recopilaron los datos de las variables para los meses entre 2007 y 2012, del área de profesionales del Patronato de Turismo de la Costa del Sol y del Instituto Nacional de Estadística (INE).

4. resultados

4.1. evolución del turismo en la Costa del Sol

La expansión urbana en la Costa del Sol, inicialmente se concentró en Torremolinos, Marbella, Fuengirola y Málaga. A medida que el número de visitantes se incrementó, se produjo una difusión del turismo hacia puntos geográficos secundarios.

El proceso de urbanización en la Costa del Sol se caracteriza por un modelo de ocupación residencial y en una demanda creciente (Galacho, 2005). El caso de Torremolinos es un ejemplo de masificación que perjudica la percepción del turista en cuanto a la calidad de destino (Pollar, y Domínguez, 1993). Es un destino turístico insostenible, pero con capacidad de superar esta situación. Aunque sólo el 23,8% de los turistas están dispuestos a pagar más por disfrutar de un destino más sostenible, según un estudio realizado en la Costa del Sol Occidental (López-Sánchez y Pulido-Fernández, 2014).

La Costa del Sol encaja en la etapa de “pre-estancamiento” del ciclo de vida de un área turística (Pérez, 2012). Son distintas las estrategias que se pueden llevar a cabo en las distintas etapas de los destinos, desde la renovación hasta el mantenimiento (Santos Pavón, 2010); así como el embellecimiento asociado a la reinversión de los destinos turísticos maduros (Pié y Rosa, 2014).

Respecto a los datos turísticos de la Costa del Sol en el periodo 2000-2011, se analizan a continuación el número total de turistas, la entrada de turistas por aeropuerto, vía marítima y tren, la oferta hotelera, el número de turistas en hoteles y el número de pernoctaciones.

En la evolución del número total de turistas se aprecia un constante aumento entre 2000 y 2007, año en que se alcanza el máximo, y una caída en 2008 y 2009, con una recuperación en 2010 y 2011. Se evidencia un predominio absoluto del turismo europeo y un crecimiento del turismo extranjero no comunitario que en el periodo 2009-2010 experimenta un aumento del 28,96%. Destaca el hecho que respecto a dos países no muy afectados por la crisis, Holanda y Dinamarca, los porcentajes de entradas aumentan espectacularmente: 21,13% para el primero y 40,97 % para el segundo, lo que se puede deber a su situación económica.

De acuerdo a la entrada de turistas por el aeropuerto de Málaga, la situación es parecida a la anterior, destacando la recuperación del turismo, especialmente del turismo extranjero europeo, y una difícil recuperación del turismo nacional.

El Tren de Alta Velocidad (AVE) se introduce en Málaga a partir de 2008, lo que marca un importante momento en las llegadas en tren en la Costa del Sol. En 2007 se contó con una afluencia de 379.112 visitantes, mientras que el año siguiente, con el AVE en Málaga, la afluencia fue de 861.144 visitantes por este medio. Esta cifra disminuyó en los tres años siguientes, pero manteniéndose siempre por encima de los 700.000 pasajeros.

Las entradas de turistas por vía marítima han experimentado una evolución considerable desde 2002. Se pasa de un total de 250 buques y un total de 168.803 turistas en el puerto de Málaga en 2002, a 321 buques y 659.123 visitantes en 2010. Este tipo de turismo es generalmente de lujo, por tanto no se producen importantes descensos en los años de la crisis económica, de hecho hubo fuertes incrementos; del 2007

al 2009 aumentó un 11,67% el número de buques y un 38,27% el número de visitantes.

Respecto a la oferta hotelera en el año 2000 existían un total de 291 locales y 61.037 plazas, mientras que en 2011 se cuenta con 453 hoteles y 75.623 plazas. En realidad no ha habido un gran desarrollo de este sector en la década que analizamos, sólo se han producido incrementos destacados tanto de plazas como de hoteles de 4 estrellas y de dos estrellas. Ciertamente las previsiones de construcción de hoteles se realizan con años de antelación, lo que implica una dinámica que no puede detenerse de un día para otro, lo cual indica que parte de esta evolución positiva, pero paulatina, se produzca a pesar de la crisis.

Por su parte, el número de turistas en los hoteles de la Costa del Sol, aumenta en 1.002.569 de viajeros en el periodo 2001-2011, aunque en 2007 se experimenta un fuerte descenso que se acentúa en 2009 y 2010. Aunque hay signos de una recuperación en 2011, no se llega a máximos de años anteriores. En el 2009, se produce una caída del 14,4%, correspondiendo la mayoría a los viajeros extranjeros, con un 18,2% menos. En este año los principales países emisores redujeron su cuota de aportación, especialmente Reino Unido.

Respecto al total de pernoctaciones, se aprecia una fuerte caída durante este periodo de análisis. Se produjo un gran descenso en 2009, especialmente en el turismo nacional. En el periodo 2008-2009 en la Costa del Sol se redujeron en 13,73%, muy por encima de la caída en el resto del país que fue del 8,5%. En los años 2010 y 2011 se produjo una recuperación. Los británicos, con diferencia la nacionalidad que más visitó la provincia durante el periodo estudiado, redujeron también el número de pernoctaciones, del año 2005 al 2009 en un 19,71%. Por su parte, en ese periodo, las pernoctaciones de viajeros nacionales se redujeron en un 2,5%. En la Costa del Sol no se volvió a superar el 60% de ocupación que se registró en 2006. La crisis ha afectado muy negativamente a esta variable, que no vio menguado su descenso hasta 2010. Esta reducción que se produce en las pernoctaciones se ve condicionada por la reducción de la duración de los viajes.

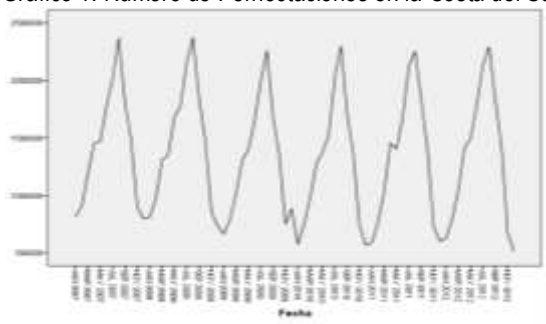
4.2. proyecciones

En primer lugar se llevó a cabo un análisis de los datos y se procedió a representar los mismos en un gráfico de secuencias para así poder tener una imagen clara de la existencia o no de estacionalidad así como de la tendencia de crecimiento o decrecimiento que presenta la serie.

Como se observa en el gráfico 1, la serie tiene una tendencia levemente descendente y refleja la naturaleza estacional de los datos. Para identificar el mejor modelo ARIMA para el análisis se utilizó el Modelizador experto en SPSS, que eligió el modelo ARIMA (1,0,2) como el más idóneo para la predicción de las pernoctaciones. Las predicciones se analizan en el apartado siguiente,

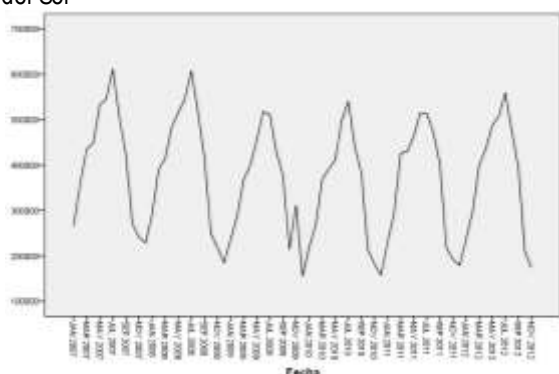
junto con los datos reales obtenidos, para así evaluar la precisión del modelo.

Gráfico 1. Número de Pernoctaciones en la Costa del Sol



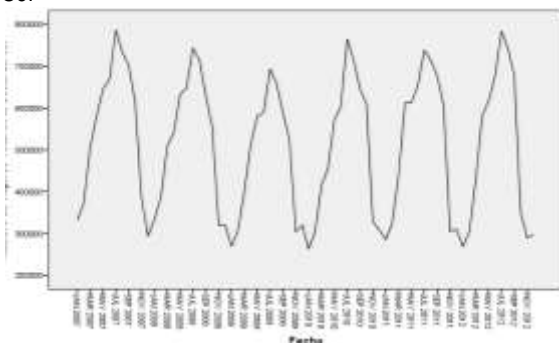
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Gráfico 2. Número de Viajeros Nacionales en la Costa del Sol



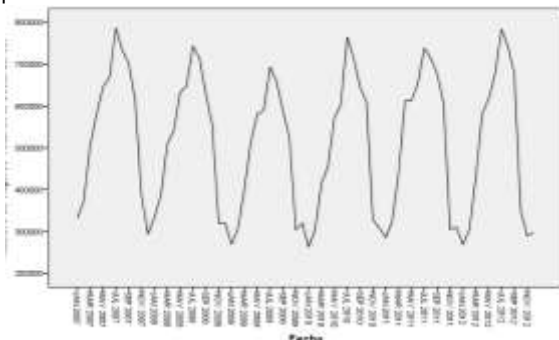
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Gráfico 3. Número de Viajeros Totales en la Costa del Sol



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Gráfico 4. Número de Hoteles Existentes en Málaga provincia



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

En el gráfico 2 se puede apreciar una clara estacionalidad, dando lugar a un modelo ARIMA (3,0,12). Por su parte, en el gráfico 3 también hay una clara estacionalidad en el patrón y se utiliza ARIMA (1,0,12). Respecto al gráfico 4 el Modelizador eligió el modelo ARIMA (1,1,12).

En la tabla 1 se muestran los resultados para las predicciones en los meses de enero, febrero y marzo de 2013 y se comparan con los datos reales de dichos periodos. Las predicciones son muy precisas, por ejemplo para el número de pernoctaciones, en febrero se pronostican 742.931 pernoctaciones y las estadísticas reales muestran 743.029 para el mismo periodo.

Cuadro 1. Comparativa de las variables reales y estimadas Enero 2013

Variables/Meses	Enero-13 real	Enero-13 predicción
Nº Pernoctaciones	576.702	483.871
Nº Viajeros Nacionales	175.911	157.823
Nº Viajeros totales	260.135	336.577
Nº Hoteles Existentes	527	449

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Cuadro 2. Comparativa de las variables reales y estimadas Febrero 2013

Variables/Meses	Febrero-13 real	Febrero-13 predicción
Nº Pernoctaciones	743.029	742.931
Nº Viajeros Nacionales	203.070	227.764
Nº Viajeros totales	292.467	391.142
Nº Hoteles Existentes	469	457

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Cuadro 3. Comparativa de las variables reales y estimadas Marzo 2013

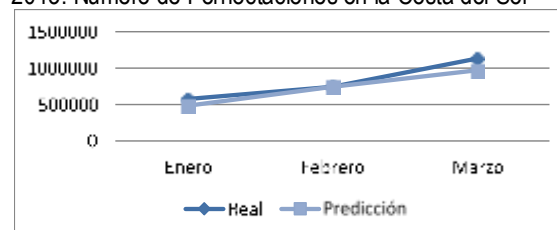
Variables/Meses	Marzo-13 real	Marzo-13 predicción
Nº Pernoctaciones	1.130.865	971.449
Nº Viajeros Nacionales	314.221	316.748
Nº Viajeros totales	437.649	464.535
Nº Hoteles Existentes	438	468

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Los gráficos 5, 6, 7 y 8 muestran la coincidencia que existe en las series de predicción y reales de los datos.

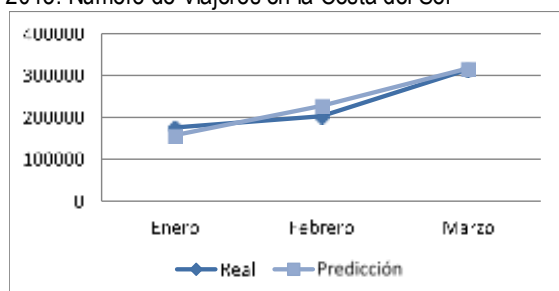
El número de pernoctaciones en la Costa del Sol tiene una clara coincidencia en los datos pronosticados con los reales, si bien la previsión fue conservadora a la hora de lanzar los resultados de enero y marzo.

Gráfico 5. Datos de Predicción y Reales. Enero-marzo 2013. Número de Pernoctaciones en la Costa del Sol



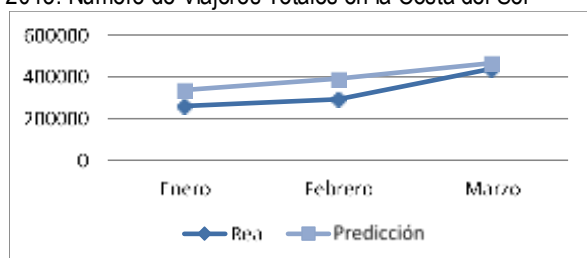
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Gráfico 6. Datos de Predicción y Reales. Enero-marzo 2013. Número de Viajeros en la Costa del Sol



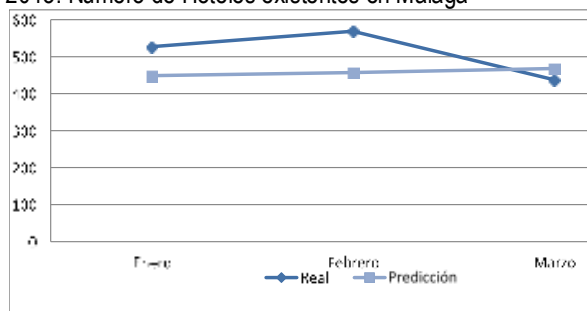
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Gráfico 7. Datos de Predicción y Reales. Enero-marzo 2013. Número de Viajeros Totales en la Costa del Sol



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

Gráfico 8. Datos de Predicción y Reales. Enero-marzo 2013. Número de Hoteles existentes en Málaga



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2013)

En el gráfico 6, se muestran las predicciones para el número de Viajeros, siendo extremadamente precisas, si bien se aprecia una pequeña desviación en las previsiones para el mes de febrero, aportando una estimación más positiva de lo que los resultados reales arrojan.

En cuanto al Número de Viajeros Totales las predicciones son, en esta ocasión, menos precisas, con una previsión más positiva en enero y febrero de lo que las cifras reales muestran que sucedió, sin embargo la predicción se aproxima remarcablemente a los datos reales en el mes de marzo.

Por último, en el número de Hoteles tenemos unos datos reales con mayor variabilidad que las proyecciones, estas últimas dejan ver una serie con tendencia recta mientras que los datos reales, aunque más positivos que las previsiones en los dos primeros periodos analizados, manifiestan una caída en el mes de marzo.

5. conclusiones

La hipótesis con la que comenzó este estudio fue que la crisis económica había incidido relativamente en el turismo, en la Costa del Sol en particular. Tras los estudios oportunos se llega a confirmar dicha hipótesis basándonos en lo siguiente:

En primer lugar, durante el periodo en que la crisis incidió más sobre la economía nacional, del 2008 al 2010, los indicadores no presentan grandes caídas respecto a los años de boom económico: 2004 al 2007. En el año 2010 se produce un aumento de turismo interno y de salida al extranjero sobre el año anterior, si bien bajan un poco las pernoctaciones y el gasto total.

Respecto a las llegadas de turistas internacionales, en 2008 hay una primera caída que corresponde al inicio del periodo álgido de la crisis y una fuerte caída en 2009, iniciándose en 2010 la recuperación.

En general, los datos muestran un inicio de la caída en 2008 mayor en 2009 y una recuperación más o menos importante en 2010 que se mantiene en 2011 y 2012.

La disminución que se produce en los años 2008 y 2009 son debidas a la crisis generalizada y al temor a que dicha crisis persistiera, lo que implicó un retraimiento en el turismo.

La recuperación se inició con la contención de la crisis en algunos países, como Alemania o los países escandinavos principalmente, y, en el caso de España y la Costa del Sol, el desvío de turistas de los países árabes asolados por guerras y revoluciones, hacia nuestras playas y ofertas turísticas.

La Costa del Sol sigue contando con un turismo preferentemente de sol y playa, el 70%. Aun cuando otros tipos de turismo también están representados, el 50% de los campos de golf de Andalucía están en la provincia de Málaga. Se trata de un turismo donde coexisten la clase media y turistas de lujo. En general, entendemos, que la Costa del Sol ha vendido su imagen como meca turística en los países emisores de manera que tanto los turistas de élite como los usuarios de viajes estandarizados compran las ofertas de la zona.

Este destino está saturado de estructuras turísticas y tiene difíciles posibilidades de desarrollo sin perder calidad y competitividad, debido a un alto riesgo de masificación. Desde el año 2000 al 2009 esta zona se ha visto expuesta a un crecimiento de la población de alrededor de un 53%, estos sumado a una mala planificación territorial, posible insuficiencia de suministros y falta de infraestructuras, nos da lugar a una cierta saturación en las carreteras, playas y comercios, especialmente en temporada alta. Todos estos factores, desde el punto de vista del turista, contribuyen a generar problemas de satisfacción, por tanto hay que seguir líneas de actuación para no ver peligrar la afluencia de turismo.

Cuenta con unas favorables condiciones geopolíticas, especialmente del mundo árabe, al que se dirigía una buena parte del turismo europeo, asiático e incluso americano. Ahora se dirigen hacia países como

España que si bien son menos exóticos, son más tranquilos y gozan de mayor estabilidad, hecho que ya sucedió con anterioridad con la guerra del Golfo, los atentados de Egipto y Marruecos.

La crisis ha provocado, entre otros aspectos, un descenso en los costes laborales, lo que se transforma en precios más competitivos, tanto frente a competidores tradicionales como Italia o Francia, como para los nuevos competidores, como Marruecos. Así se puede llegar a un sector de la demanda guiado por los precios, lo cual, en una zona cercana a la saturación, como la Costa del Sol, no siempre es lo más conveniente. En cualquier caso, las posibilidades de llegar a un mayor espectro de renta es una cuestión a tener en cuenta.

A medio plazo las posibilidades del desarrollo del turismo en la Costa del Sol implican un cambio en infraestructuras y potenciar un turismo de calidad media, turistas con un gasto medio superior al actual. Un aumento en el número de turistas no creemos que sea de aplicación a la Costa del Sol, muy saturada.

El turismo ruso es un foco muy interesante para lograr este aumento de gasto, pero sin olvidar otras procedencias como China y Japón, dado que los costos de transportes, hoy día, son muy asumibles. Pero también lo es una mayor promoción en los países tradicionalmente proveedores de turismo para la Costa del Sol. No creemos que Rusia, China o Japón puedan sustituir a Gran Bretaña, Francia o Alemania en número de visitantes, simplemente por una cuestión de proximidad y facilidad de desplazamientos.

De acuerdo a las proyecciones realizadas, se prevé una lenta recuperación del turismo en la Costa del Sol que llegará a las cotas de 2007, último año del boom económico y que también puede considerarse el primero de la crisis, en el presente año 2013 o en el 2014 y, a partir de este último, aumentarán las cuatro variables, especialmente las tres primeras, también lenta pero sostenidamente. No estamos tan seguros de un aumento sostenido de los hoteles, dado que hay una cierta saturación de oferta hotelera, lo cual se confirma por los porcentajes de ocupación hotelera. Por otra parte, ofertas alternativas como apartahoteles, apartamentos u otro tipo de posibilidades competirán con las plazas hoteleras.

Respecto a la hipótesis de que la crisis no había afectado en exceso al turismo en general y al de la Costa del Sol en particular, creemos haberlo confirmado en este estudio. Ciertamente es que la crisis mundial y la española incidieron en el sector, pero también lo es que dicha incidencia se circunscribe a los años 2008 y 2009, iniciando ya en el 2010 la recuperación de manera lenta pero constante. Lo que demuestra que el turismo ya no se comporta como un bien de lujo, sino de gran necesidad para el ciudadano de clase media.

También se estableció la hipótesis secundaria de que la crisis significó un menor gasto y menor número de pernoctaciones, lo que se ha confirmado, ambos indicadores se han mantenido, de momento, por debajo de los años del boom económico.

Como líneas futuras de investigación se pretende desarrollar un modelo de detección precoz ante futuras perturbaciones en ciclos económicos, así como desarrollar un programa de gestión eficiente y sostenible que permita disminuir los efectos de la crisis.

6. bibliografía

- Aas, Ch., Ladkin, A. y Fletcher, J. (2005): "Stakeholder Collaboration and Heritage Management". *Annals of Tourism Research*, 32: 28-48.
- Aguilar, D. M. (2001): "El turismo social como tipología turística desestacionalizadora de la empresa hotelera". *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*: 93-110.
- Antunes, F.P. y Marques, L.M. (2012): "Management strategies for golf courses in the context of crisis: case study of the western Algarve". Book of Proceedings-Tourism and Management Studies International Conference Algarve, 1.
- Arias Martín, P. (2013): "La situación del empleo en turismo rural en España/The Employment Situation in Rural Tourism in Spain". *Estudios de Economía Aplicada*, 31.
- Benito Reyes, L. (2013). Evolución temporal de la concentración de la demanda turística en Andalucía.
- Borodako, K., Berbeka, J., Klimek, K., Niemczyk, A. y Seweryn, R. (2011): "The changes of the meeting industry in Krakow in the context of the global crisis". *Tourism & Management Studies*, 7: 149-157.
- Box, G.E.P. y Jenkins, J.M. (1976). *Time Series Analysis: Forecasting and Control*. San Francisco. Holden-Day
- Eugenio-Martin, J.L. y Campos-Soria, J.A. (2014): "Economic crisis and tourism expenditure cutback decision". *Annals of Tourism Research*, 44, (1): 53-73.
- Fernandes, P. O. (2005). Modelación, predicción y análisis del comportamiento de la demanda turística en la Región Norte de Portugal.
- Fernandes, P. O., González, L. B., y Cepeda, F. J. (2006). Predicción de la demanda turística en la región Norte de Portugal.
- Fernández-Morales, A. y Mayorga-Toledano, M.C. (2008): "Seasonal concentration of the hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities". *Tourism Management*, 29: 940-949.
- Galacho Jiménez, F.B., (2005): "El Planeamiento urbanístico municipal en la Costa del Sol. Procesos de formulación y criterios de ordenación". *Baética. Estudios de Arte, Geografía e Historia*, 27: 97-114.
- González-Gómez, M., Álvarez-Díaz, M. y Otero-Giráldez, M. (2011): "Modeling domestic tourism demand in Galicia using the ARDL approach". *Tourism & Management Studies*, 7: 54-61.

Fecha de recepción del original: septiembre 2014
Fecha versión final: noviembre 2014

- Guerrero, J. F. J., Fernández, R. S. y Abad, J. C. G. (2006): "La capacidad predictiva en los métodos Box-Jenkins y Holt-Winters: una aplicación al sector turístico". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(3): 185-198.
- Ho, R. (2006): *Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis and Interpretation with SPSS*. London. Robert Ho. Chapman & Hall/CRC.
- Instituto Nacional de Estadística. En: http://www.ine.es/inebmenu/mnu_hosteleria.htm.
- López-Sánchez, Y. y Pulido-Fernández, J.I. (2014): "Factores determinantes de la disposición a pagar por un destino más sostenible. El caso de la Costa del Sol Occidental". *Cuadernos de Turismo*, 33: 199-231.
- Mantecón, A. (2011): "El proceso del turismo residencial: análisis sociopolítico de los discursos públicos desde una perspectiva cualitativa". *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 21: 17-38.
- O'Reilly, K. (2007): "Intra-European migration and the mobility-enclosure dialectic". *Sociology*, 41(2): 277-293.
- Patronato de Turismo de la Costa del Sol. En: <http://www.visitacostadelsol.com>.
- Pérez, P.L. (2012): "El ciclo de vida de un área turística: su aplicación a la Costa del Sol española y su medio ambiente". *Observatorio Medioambiental*, 15: 21-34.
- Pié, R. y Rosa, C.J. (2014): "La cuestión del paisaje en la reinvención de los destinos turísticos maduros. Málaga y la Costa del Sol". *ACE: Architecture, City and Environment*, 9(25): 303-326.
- Pollard, J. y Dominguez Rodriguez, R. (1993): "Tourism and Torremolinos: Recession or reaction to environment?", *Tourism Management*, 14(4): 247-258.
- Ritchie, B.W., Crotts, J.C., Zehrer, A. y Volsky, G.T. (2014): "Understanding the Effects of a Tourism Crisis: The Impact of the BP Oil Spill on Regional Lodging Demand". *Journal of Travel Research*, 53(1): 12-25.
- Rodríguez, V., Fernández-Mayoralas, G. y Rojo, F. (2004): "International retirement migration: Retired Europeans living on the Costa del Sol, Spain". *Population Review*, 43(1): 1-36.
- Rodríguez-Toubes, D. y Fraiz, J.A. (2011): "Crisis management in tourism: the emergency side of the sustainability". *Tourism & Management Studies*, 6: 49-58.
- Rodríguez-Toubes, D. y Fraiz, J.A. (2012): "Developing a Crisis Management Policy for Tourism Disasters". *Tourism & Management Studies*, 8: 10-18.
- Santos Pavón, E.L. y Fernández Tabales, A. (2010): "El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo". *Cuadernos de Turismo*, 25: 185-206.
- Stylidis, D. y Terzidou, M. (2014): "Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece". *Annals of Tourism Research*, 44(1): 210-226.